

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA
BANK OCBC NISP PALEMBANG**



Tesis Oleh :

SALSHA ALIA KUSUMA PUTRI

01012622226002

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 Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap
Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank OCBC NISP Palembang

Disusun oleh:

Nama : Salsha Alia Kusuma Putri
NIM : 01012622226002
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan sebagai syarat pengajuan SK Penguji Komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M

Tanggal : 12 Juni 2025

NIP 197512252015041001

Pembimbing II



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

Tanggal : 19 Mei 2025

NIP 197205292006042001

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA BANK OCBC NISP PALEMBANG

Disusun oleh :

Nama : Salsha Alia Kusuma Putri

NIM : 01012622226002

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Magister Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 14 Juli 2025 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 14 Juli 2025

Pembimbing I



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

NIP 197512252015041001

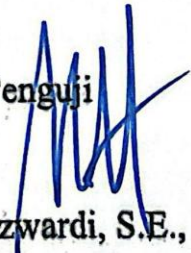
Pembimbing II



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

NIP 197205292006042001

Penguji

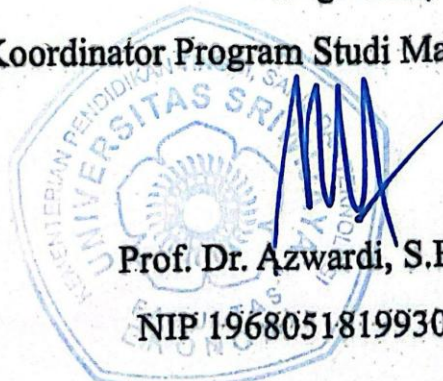


Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.si

NIP 196805181993031003

Mengetahui,

Plt. Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.si

NIP 196805181993031003

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Salsha Alia Kusuma Putri
NIM : 01012622226002
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang berjudul :

“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada Bank OCBC NISP Palembang”

Pembimbing I : Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak
Pembimbing II : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
Tanggal : 14 Juli 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 ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, Juli 2025



Salsha Alia Kusuma Putri
NIM 01012622226002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto: "Jadilah baik. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik." (Q.S Al Baqarah [2]: 195)

"Tidak ada yang akan menuai kecuali apa yang mereka tabur." (Q.S. Al-An'am [6]: 164)

Tesis ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT
2. Bapak, Ibu dan Adik
3. Keluarga dan Sahabat
4. Dosen dan Staff Administrasi MM
5. Teman Seperjuangan MM
6. Almameterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas Rahmat dan Karunia-Nya saya dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada Bank OCBC NISP Palembang”. Tesis ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan dalam meraih gelar magister program Strata dua (S2) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Tesis ini membahas mengenai Pengaruh dari Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan dari Nasabah terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah Bank OCBC NISP Palembang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer menggunakan kuisioner sebagai *instrument* pengumpulan data yang disebarkan kepada 208 responden nasabah Bank OCBC NISP Palembang. Analisis data dilakukan dengan metode *Multiple Linear Regression* menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS 27.

Hasil menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Diharapkan dapat menjadi masukan untuk meningkatkan penggunaan layanan mobile banking Bank OCBC NISP. Penelitian ini merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung unsur plagiarisme. Segala sumber yang digunakan telah dicantumkan sesuai kaidah penulisan ilmiah.

Akhir kata atas segala keterbatasan dalam penyusunan tesis ini, penulis menyampaikan maaf yang sebesar-besarnya, dan kepada Allah SWT penulis memohon ampunan. Semoga tesis ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Palembang, Juli 2025

Salsha Alia Kusuma Putri

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan Tesis ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Ayahanda **Iswan Djati Kusuma, S.Pd., M.Si** dan Ibunda **Sri Gustiani, M.TESOL., Ph.D**, serta Saudaraku Arya Bagus Djati Kusuma, terima kasih atas segala dukungan baik secara moril maupun materil dan do'a yang tiada henti.
2. Bapak **Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M.**, sebagai Dosen Pembimbing I (satu) yang telah mengorbankan waktu dan tenaga serta telah memberikan ilmu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penulisan Tesis ini.
3. Ibu **Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si** sebagai Dosen Pembimbing II (dua) yang telah mengorbankan waktu dan tenaga serta telah memberikan ilmu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penulisan Tesis ini.
4. **Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si** selaku dosen penguji, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, serta selaku Plt. Koordinator Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Terima kasih atas bantuan Bapak dalam proses ujian yang telah dilaksanakan dan telah memberikan arahan, kritik serta saran yang membangun dalam penyelesaian tesis ini.
5. **Dr. Muhammad Ichsan Hadjri. S.E., MM.**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. **Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si.**, selaku Rektor Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. **Prof. Dr. Mohamad Adam. S.E., M.E** selaku dosen pembimbing akademik yang penuh dedikasi membimbing, memberi arahan, saran, dan motivasi.
8. **Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya** terutama Dosen pengajar pada Program Studi Magister Manajemen.
9. **Staf Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**, yang telah membantu selama masa perkuliahan baik dalam pengurusan dokumen

mapun proses belajar mengajar.

10. **Pimpinan dan karyawan pada Bank OCBC NISP Palembang**, terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu selama proses penelitian ini.
11. **Seluruh Teman-Teman Magister Manajemen Angkatan 52B**, yang merupakan rekan seperjuangan selama masa perkuliahan.
12. **Ghazy Reyhan Salman** yang telah membantu dan mendukung selama penulisan tesis.

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTSAN NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA BANK OCBC NISP PALEMBANG

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* Bank OCBC NISP Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah Bank OCBC NISP Palembang yaitu sebanyak 208 orang. Teknik analisis menggunakan metode *Multiple Linear Regression* menggunakan software SPSS27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel: persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan, berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*. Bank OCBC NISP Palembang selalu meningkatkan kinerja para pegawainya tidak hanya dari lingkungan kerja, komitmen dan budaya kerja, namun juga memperhatikan aspek lain seperti pendidikan dan pelatihan yang berkesinambungan, memberikan motivasi dan penghargaan serta hal-hal lain yang dianggap dapat meningkatkan kinerja pegawainya.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Keputusan

Pembimbing I



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

Pembimbing II



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

Mengetahui,
Plt. Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si
NIP 196805181993031003

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED OF USEFULNESS, AND TRUST ON CUSTOMER DECISIONS TO USE MOBILE BANKING AT BANK OCBC NISP PALEMBANG

This study aims to identify and analyze the influence of perceived ease of use, perceived benefits, and trust on customer decisions to use mobile banking at Bank OCBC NISP Palembang. The population in this study consists of 208 customers of Bank OCBC NISP Palembang. The analytical technique used is Multiple Linear Regression with SPSS version 27. The results show that all variables—perceived ease of use, perceived benefits, and trust—significantly influence customer decisions to use mobile banking. Bank OCBC NISP Palembang continuously strives to improve the quality of its mobile banking services to ensure accessibility for all customer segments. The bank enhances digital security and provides education to customers on how to use mobile banking effectively, aiming to maximize its usage. These efforts are intended to deliver greater benefits and convenience to users. By doing so, the bank fosters increased trust and confidence among customers. This, in turn, supports their decision to use mobile banking more optimally.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived of Usefulness, Trust, Decision*

Supervisor I



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

Supervisor II



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

Known by,

Plt. Coordinator of Master of Management Program



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si
NIP 196805181993031003

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami Dosen Pembimbing Tesis menyatakan bahwa abstrak tesis dari mahasiswa:

Nama : Salsha Alia Kusuma Putri
NIM : 01012622226002
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank OCBC NISP.

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 197512252015041001

Pembimbing II



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

NIP 197205292006042001

RIWAYAT HIDUP

Nama : Salsha Alia Kusuma Putri
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 17 April 1999
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Komplek Tirta Mutiara Indah Blok C22. Kebun Bunga, Sukarama. Palembang.
Alamat E-mail : Salshalia98@gmail.com

Pendidikan Formal:

SD : SD Negeri 23 Palembang (Lulus 2011)
SMP : SMP Negeri 3 Palembang (Lulus 2014)
SMA : SMA Negeri 3 Palembang (Lulus 2017)
S1 : Politeknik Negeri Sriwijaya (Lulus 2021)

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 TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	xi
RIWAYAT HIDUP.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Theory Acceptances Model.....	13
2.1.2 Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use)	14
2.1.3 Persepsi Manfaat (Perceived of Usefulness).....	15
2.1.4 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	17
2.1.5 Keputusan Pengguna (<i>Customer Decision</i>)	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Pengembangan Hipotesis	22

2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Nasabah.....	22
2.3.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Nasabah	22
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pengguna.....	23
2.4 Kerangka Konseptual	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	25
3.2 Rancangan Penelitian	25
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	26
3.4 Populasi dan Sample Penelitian	26
3.4.1 Populasi Penelitian	26
3.4.2 Sampel Penelitian	27
3.5 Teknik Analisis	28
3.5.1 Uji Instrumental	28
3.6 Uji Asumsi Klasik	30
3.6.1 Uji Normalitas.....	30
3.6.2 Uji Multikolinearitas	31
3.6.3 Uji Heterokedastisitas	31
3.7 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.8 Uji Hipotesis.....	33
3.8.1 Uji t (Uji Parsial)	33
3.8.2 Uji F (Uji Simultan)	34
3.9 Koefisien Determinasi (R^2)	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Hasil Penelitian.....	36
4.1.1 Statistik Deskriptif Gambaran Umum Responden	36
4.1.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	40
4.1.3 Uji Validitas	50
4.1.4 Uji Reliabilitas	53
4.1.5 MSI (<i>Method Succesive interval</i>)	54
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	54

4.1.6.1 Uji Normaliitas.....	55
4.1.6.2 Uji Multikolinearitas	57
4.1.6.3 Uji Heterokedastisitas	59
4.1.7 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.1.8 Uji Hipotesis.....	62
4.1.8.1 Uji t.....	63
4.1.8.2 Uji F.....	65
4.1.8.3 Koefisien Determinasi.....	66
4.2 PEMBAHASAN	68
4.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Nasabah.....	68
4.2.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Nasabah	70
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	79
5.2.1 Saran Praktis.....	79
5.2.2 Saran Akademis	82
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Bank OCBC NISP Palembang Periode 2021-2023.....</u>	5
Tabel 4. 1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4. 2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. 3 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	39
Tabel 4. 4 Item Variabel Persepsi Kemudahan Berdasarkan Responden.....	41
Tabel 4. 5 Item Variabel Persepsi Manfaat Berdasarkan Responden.....	43
Tabel 4. 6 Item Variabel Kepercayaan Berdasarkan Responden.....	45
Tabel 4. 7 Item Variabel Keputusan Nasabah Berdasarkan Responden.....	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan.....	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat.....	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah.....	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji dengan Kolmogorov-Smirnov.....	56
Tabel 4. 14 Hasil uji menggunakan P-P Plot.....	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas.....	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	59
Tabel 4.17 Hasil Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	63
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Peningkatan Transaksi Digital Banking.....	2
Gambar 1. 2 Persentase Pengguna OCBC Mobile Bank OCBC NISP Palembang Tahun 2023	6
Gambar 2. 1 Theory Acceptances Model <i>oleh Davis (1989)</i>	13
Gambar 2. 2 Hubungan Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan, dan Keputusan Nasabah	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	94
Lampiran 2 Hasil Olah Data	105
Lampiran 3 Data Method Succesive Interval.....	112
Lampiran 4 Kuisisioner Penelitian	133

BAB I

PENDAHULUAN

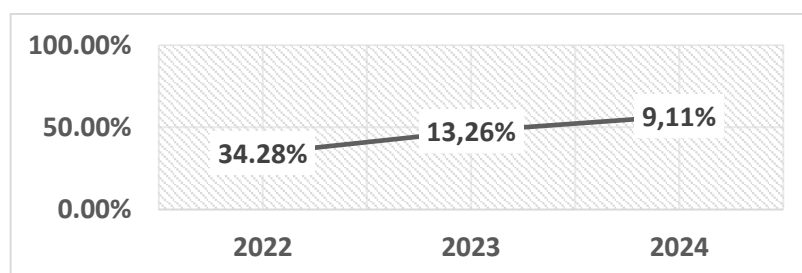
1.1 Latar Belakang

Aktivitas bisnis yang dapat memperkuat sistem ekonomi dan mendukung sektor keuangan Indonesia adalah bisnis di bidang jasa, khususnya dalam industri perbankan. Industri perbankan berperan sebagai lembaga perantara keuangan (*intermediary institution*), di mana bank menyalurkan dana dari unit ekonomi yang mengalami surplus kepada unit-unit ekonomi yang membutuhkan dana atau mengalami defisit (Dahlan Siamat. 2001). Layanan seperti pemberian kredit, penyimpanan dana dan jasa keuangan lainnya menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat memanfaatkan layanan perbankan. Industri perbankan terbagi menjadi dua jenis, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional beroperasi secara bebas dari nilai-nilai agama, artinya kegiatannya tidak terikat pada aturan atau prinsip keagamaan tertentu. Sebaliknya, bank syariah menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah, yaitu hukum islam yang didasarkan pada fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

Meskipun berbeda dalam prinsip operasional, kedua perbankan ini memiliki fokus yang sama, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit kepada mereka yang membutuhkan, serta menyediakan layanan keuangan lainnya (Kasmir, 2014). Demi menjalankan fungsi tersebut, bank terus berinovasi dengan mengembangkan berbagai layanan. Layanan yang ditawarkan meliputi *safe*

deposit box, transaksi *multi-payment*, dan layanan berbasis teknologi informasi yang semakin populer pada era digital saat ini. Inovasi ini bertujuan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah agar mereka dapat terus menjalankan aktivitas perbankan dengan efisien dan praktis.

Era ekonomi digital saat ini, munculnya bank digital mendorong layanan berbasis teknologi informasi menjadi pilihan paling efektif dibandingkan layanan konvensional. Layanan berbasis teknologi informasi memungkinkan proses transaksi menjadi lebih cepat dan mudah diakses dari mana saja. Salah satu ciri utama dari ekonomi digital ialah semakin banyaknya bisnis dan transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai sarana komunikasi dan Kerjasama, baik antar individu maupun perusahaan. Banyaknya penggunaan transaksi digital ini didukung dengan grafik peningkatan transaksi digital banking berdasarkan Konferensi Pers Gubernur Bank Indonesia pada awal 2024 lalu :



Gambar 1.1 *Grafik Peningkatan Transaksi Digital Banking*

Sumber : bi.go.id (2024)

Gubernur Bank Indonesia mengungkapkan bahwa transaksi perbankan digital tumbuh sebesar 34,28% *year-on-year (yoy)* pada 2022, lalu meningkat sebesar 13,48% (*yoy*) ditahun 2023, dan pada 2024 diproyeksikan akan

meningkat sebesar 9,11% (yoy). Melihat peluang ini, perbankan terus mengembangkan layanan berbasis teknologi informasinya agar tetap relevan dengan perkembangan zaman, inovasi ini tidak hanya membantu bank beradaptasi dengan perubahan, tetapi penting untuk mempertahankan eksistensi bisnis dan memastikan nasabah tetap loyal.

Bentuk adaptasi dari sektor perbankan di era ekonomi digital saat ini ialah dengan mengembangkan layanan *Electronic banking (E-banking)*. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) *E-banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan transaksi perbankan melalui media elektronik. *E-banking* memiliki berbagai jenis layanan yaitu layanan *Internet banking (I-banking)*, *automated teller machine (ATM)*, *electronic data capture (EDC)*, *short message service banking (SMS-Banking)*, *telephone-banking*, dan *mobile banking (M-banking)*. Dari berbagai layanan tersebut, *M-banking* menjadi yang paling populer, terutama sejak pandemi Covid-19, dengan peningkatan pengguna mencapai 60% (antaranews.com. 2020). Sebagian besar bank di Indonesia, baik yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maupun swasta, telah menyediakan layanan *M-banking* sebagai bagian dari Upaya meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi nasabah. Seolah menjadi standar bagi hampir semua bank di Indonesia, mengingat tingginya kebutuhan masyarakat akan kemudahan bertransaksi di era digital.

Bank OCBC NISP merupakan salah satu contoh bank swasta yang menawarkan layanan *M-banking* untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Bank

OCBC NISP merupakan bagian dari grup perbankan dan keuangan asal Singapura yang memiliki reputasi kuat di pasar internasional. Selain itu, Bank OCBC NISP juga dikenal sebagai salah satu bank tertua urutan ke-4 di Indonesia (Wikiwand.com, 2021). Kehadiran layanan *M-banking* dari bank ini tidak hanya mencerminkan upaya mereka dalam mengikuti perkembangan zaman tetapi juga memperkuat daya saing di tengah persaingan ketat era ekonomi digital ini. Dengan sejarah panjangnya di Indonesia, Bank OCBC NISP telah meraih berbagai prestasi yang semakin memperkuat reputasinya sebagai bank dengan layanan unggul. Berdasarkan situs resmi Bank OCBC NISP, berikut beberapa penghargaan bergengsi berhasil diraih pada tahun 2022, termasuk “*Best Sales Marketing for Public Company*” di ajang *Sales and Marketing Award*, “*Indonesia Information Technology*” pada *Platinum Award*, dan “*Digital Bank Award for M-banking*” dalam *Digital Brand Award*. Tidak hanya di tingkat nasional, Bank OCBC NISP juga menorehkan prestasi internasional. Di New York, bank ini dinobatkan sebagai “*Indonesia’s Best Bank for Cash Management*” dalam *Global Finance World’s Best Treasury*. Selain itu, di Hong Kong, OCBC NISP meraih penghargaan “*Best Brand Activation for M-bank*” pada *Event Marketing Award* dan “*Best for Wealth Transfer*” dalam *Asiamoney Private Bank Awards*. Prestasi-prestasi ini menunjukkan komitmen Bank OCBC NISP untuk terus berinovasi dan memberikan layanan berkualitas tinggi, baik di Indonesia maupun di pasar internasional.

Keberhasilan dan berbagai penghargaan yang diraih oleh Bank OCBC NISP tidak lepas dari peran penting para nasabah yang setia menggunakan layanan bank ini. Dukungan dan kepercayaan masyarakat menjadi salah satu faktor utama yang memungkinkan Bank OCBC NISP terus berkembang dan mempertahankan kinerjanya dengan baik. Dalam penelitian ini, fokus utama diarahkan pada cabang Bank OCBC NISP di Palembang. Tingginya jumlah pengguna layanan di cabang ini tercermin dari data jumlah nasabah selama periode 2021 hingga 2023, yang memberikan gambaran konkret tentang pertumbuhan dan keberlanjutan kepercayaan masyarakat terhadap bank ini.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Bank OCBC NISP Palembang Periode 2021-2023

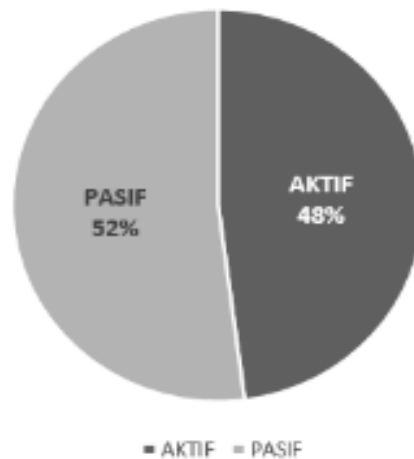
No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2021	2,080 Nasabah
2	2022	2,754 Nasabah
3	2023	3,160 Nasabah

Sumber : Bank OCBC NISP Palembang (2024)

Banyaknya masyarakat yang menggunakan layanan Bank OCBC NISP Palembang menunjukkan bahwa bank ini berhasil beradaptasi dengan perkembangan zaman, khususnya dalam meningkatkan layanan kepada nasabah. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengoptimalkan layanan *M-banking* mereka, yang dikenal sebagai *OCBC Mobile*. Layanan ini menawarkan berbagai fitur, termasuk pembukaan rekening tabungan, pengajuan kartu kredit, jual beli mata uang asing, pemantauan portofolio, transaksi produk investasi, pendaftaran kartu kredit online, serta layanan

multipayment lainnya. Semua fitur ini dirancang untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi digital.

Meskipun belakangan ini terjadi pertumbuhan yang pesat dalam transaksi *digital banking* di Indonesia, hal ini tampaknya tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *digital banking* di Bank OCBC NISP Palembang. Kondisi ini dapat dilihat dari persentase nasabah yang pasif dalam penggunaan *M-banking*, melalui diagram berikut:



Gambar 1.2 Persentase Pengguna OCBC Mobile Bank OCBC NISP Palembang Tahun 2023

Sumber : Bank OCBC NISP Palembang (2024)

Diagram tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah masih pasif dalam menggunakan aplikasi OCBC *Mobile*. Kondisi ini menjadi tantangan bagi Bank OCBC NISP Palembang dalam mewujudkan ambisinya sebagai bank digital sepenuhnya. Demi mengetahui alasan dibalik rendahnya penggunaan *M-banking*, penulis mengadakan wawancara singkat dengan pihak bank. Meskipun secara umum nasabah bank OCBC NISP Palembang menilai

layanan *M-banking* dengan positif, persepsi tersebut mulai berubah seiring waktu karena beberapa kendala.

Pertama, sering dikeluhkan adalah proses registrasi akun. Kebijakan bank yang membatasi setiap akun hanya dapat diakses melalui satu perangkat membuat nasabah merasa terbebani. Jika mereka mengganti nomor ponsel atau perangkat, mereka diwajibkan datang langsung ke kantor untuk mengaktifkan atau mendaftar ulang akun, berbeda dengan layanan di bank lain yang sudah memungkinkan registrasi mandiri. Hal ini memunculkan persepsi bahwa layanan *M-banking* OCBC NISP kurang praktis dibandingkan kompetitor, sehingga mengurangi minat dan kepercayaan nasabah dalam menggunakannya. Awalnya, Bank OCBC NISP mengizinkan satu akun di akses melalui dua perangkat. Namun, setelah terjadi peretasan di salah satu bank BUMN, kebijakan diperketat demi keamanan, sehingga setiap akun kini hanya bisa digunakan di satu perangkat. Kebijakan dirasa merepotkan oleh banyak nasabah bank OCBC NISP Palembang dan berdampak pada persepsi mereka tentang kemudahan layanan *M-banking*. Meski demikian, nasabah tetap mengakui manfaat dari layanan ini. Fitur transfer dana tanpa biaya, baik antar rekening bank maupun ke bank lain, serta kemudahan transaksi saat berpergian ke luar negeri, tetap memberikan nilai lebih.

Kendala kedua yaitu, berkaitan dengan karakteristik nasabah Bank OCBC NISP Palembang, yang Sebagian besar merupakan masyarakat dengan usia 45-50 tahun ke atas. Nasabah di kelompok ini cenderung ragu menggunakan *M-banking* karena merasa kesulitan dalam mengoperasikannya

dan tidak sepenuhnya percaya untuk melakukan transaksi secara digital. Mereka biasanya membutuhkan bantuan pihak ketiga, yang membuat mereka khawatir soal privasi —misalnya, pihak ketiga bisa saja mengetahui informasi sensitif seperti *username*, *password*, dan saldo rekening. Karena alasan tersebut, nasabah dengan karakteristik ini merasa lebih aman dan nyaman melakukan transaksi secara langsung. Faktor kepercayaan ini pun berhubungan dengan persepsi nasabah dalam menggunakan *M-Banking*.

Alasan diatas menunjukkan bahwa keputusan nasabah sebelum menggunakan *M-banking* dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah kepercayaan, yang terkait dengan rasa nyaman dan aman yang mereka rasakan saat melakukan transaksi langsung di kantor bank. Karena sudah merasa puas dengan pengalaman tersebut, sebagian nasabah merasa tidak memiliki kebutuhan mendesak untuk beralih ke transaksi digital melalui *M-banking*. Menurut Del I. Hawkins dan David L. Mothersbaugh (2010), faktor psikologis dalam pengambilan keputusan pembelian mengacu pada aspek mental dan emosional individu yang memengaruhi perilaku mereka saat membeli produk atau layanan. Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, kepribadian individu, sikap, keyakinan, konsep diri, kemahiran diri dan yang terakhir ialah persepsi Berdasarkan faktor yang mempengaruhi nasabah dalam membuat keputusan tersebut maka penulis menganalisis 3 variabel untuk penelitian ini, yaitu faktor persepsi kemudahan (*perceived of ease*), persepsi manfaat (*perceived of usefulness*) dan kepercayaan nasabah.

Beberapa studi menemukan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berperan penting dalam mendorong keputusan konsumen untuk menggunakan layanan *M-banking*. Penelitian menunjukkan bahwa kedua faktor ini memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan berdasarkan penelitian oleh Sanni *et.al* (2020); Dewi dkk (2020); Rizky dkk (2018); Kumar *et. al* (2020); Alalawan *et.al* (2019); Kazi (2013); Saparudin dkk (2022); dan Chandra *et. al* (2016). Namun, terdapat juga hasil penelitian yang berbeda. Beberapa studi menunjukkan bahwa hanya persepsi manfaat yang memiliki pengaruh positif, sementara persepsi kemudahan tidak mempengaruhi keputusan konsumen secara signifikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Pranoto & Setianegara (2020); Fadila dkk (2021); Indriyani (2018); dan Akther *et.al* (2020). Sebaliknya, ada pula studi yang mengungkap bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan, namun manfaat justru tidak memiliki dampak terhadap keputusan penggunaan *M-banking* oleh Pranoto & Setianegara (2020); Maulidiyah (2017); Mustikasari (2023); dan Linnatunnisa & Safitri (2022). Variabel kepercayaan, hasil penelitian dari Hartati (2019); dan Rahmatulloh & Abror (2018) menunjukan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Bertolak belakang dengan hasil penelitian dari Dewantari (2018); Thalia (2018); dan Satunisa (2017) yang menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen.

Selain mengidentifikasi *research gap* dari studi-studi sebelumnya, penelitian ini juga memiliki perbedaan signifikan, yaitu fokus pada sektor perbankan swasta, khususnya di Palembang, Sumatera Selatan. Penelitian terdahulu cenderung menitikberatkan pada bank syariah atau bank milik negara, sehingga studi ini menawarkan perspektif baru dengan mengkaji dinamika dan perilaku nasabah di perbankan swasta. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan dalam literatur terkait dan memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi layanan *m-banking* di wilayah yang belum banyak diteliti. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank OCBC NISP Palembang”**

1.2 Perumusan Masalah

Perkembangan *digital banking* yang pesat di Indonesia ternyata belum begitu berdampak pada Bank OCBC NISP Palembang sehingga menghambat mereka untuk bertransisi menjadi bank digital sepenuhnya yang terbukti oleh kendala-kendala yang terjadi dilapangan. Berdasarkan keterangan dari pihak bank, kendala yang terjadi disebabkan oleh beberapa alasan, yaitu meliputi perubahan kebijakan registrasi yang dinilai merepotkan nasabah serta keraguan nasabah berusia di atas 45 tahun untuk menggunakan layanan digital banking. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih inklusif dan edukatif untuk mendorong adopsi digital banking di kalangan nasabah.

Berdasarkan uraian yang di kemukakan di atas, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *M-banking* Bank OCBC NISP Palembang?
2. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *M-banking* Bank OCBC NISP Palembang?
3. Apakah Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *M-banking* Bank OCBC NISP Palembang?
4. Apakah Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *M-banking* Bank OCBC NISP Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah dikemukakan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai ialah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat dan Keputusan Nasabah menggunakan *M-banking* Bank OCBC NISP Palembang.
2. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan dan Keputusan Nasabah menggunakan *M-banking* Bank OCBC NISP Palembang.
3. Untuk menganalisis Kepercayaan dan Keputusan Nasabah menggunakan *M-banking* Bank OCBC NISP Palembang.

4. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah *M-banking* Bank OCBC NISP Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoris

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan dapat mengembangkan penelitian-penelitian sebelumnya dengan perbedaan-perbedaan seperti objek, waktu dan variable yang diteliti.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pemasaran Bank OCBC NISP Palembang guna meningkatkan penggunaan *M-banking* Bank OCBC NISP Palembang melalui preferensi layanan dan manfaat yang dirasakan oleh nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, R. (2017). *Pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan mobile banking bank syariah mandiri* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017).
- Ahmad, M., Siswadhi, F., & Sarmigi, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Religiusitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. Bank Nagari. *Business, Economics dan Entrepreneurship*, 4(1), 49-62.
- Akhter, A., Asheq, A. Al, Hossain, M. U., & Karim, M. M. (2020). Exploring customer intentions to adopt mobile banking services: Evidence from a developing country. *Banks and Bank Systems*, 15(2), 105–116.
[https://doi.org/10.21511/bbs.15\(2\).2020.10](https://doi.org/10.21511/bbs.15(2).2020.10)
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P. P., & Williams, M. D. (2016). Consumer adoption of mobile banking in Jordan: Examining the role of usefulness, ease of use, perceived risk and self-efficacy. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 118–139.
<https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2015-0035>
- Anggraini, M. S., Anggraeni, E., & Nurhayati, N. (2024). Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Pelaku Usaha Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Dalam Persepektif Bisnis Syariah:(Studi Pada UMKM di Bandar Lampung). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(3), 160-174.
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) terhadap kepuasan pelanggan dan niat penggunaan mobile banking secara berkelanjutan (privasi dan personalisasi sebagai variabel moderasi). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(1), 25.
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 134-158.
- Chusnah, C., & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech. *Kinerja*, 3(01), 111-122.
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap

- Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*, 2(2), 1-16.
- Devi, P. L., Sara, I. M., & Purnami, A. 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. <https://doi.org/10.22225/wedj.5.1.2022.14-18>
- Dewantari, E. K. (n.d.). *ABSTRACT ANALYZING THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON BRAND LOYALTY OF MIE SEDAAP*.
- Dwi Herlambang, A., & Dewayanti, A. (2018). Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 12(01).
- Dz, A. S. (2018). Inklusi keuangan perbankan syariah berbasis digital-banking: Optimalisasi dan tantangan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 63-80.
- Elida Florentina Sinaga Simanjorang, H. C. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN INTERNET BANKING PT. BANK MESTIKA RANTAUPRAPAT. *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 3(1), 78–92. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v3i1.693>
- Fadila, D., Sastrawinata, H., Badri, M., Anggoroseto, A., Fadzli Bin Ahmad, M., & Ankus, T. A. (2022). *Factors Affecting Customer Adoption to Mobile Banking Service*.
- Faridah, N. Z., & Kuswati, R. (2024). Peran kepercayaan sebagai pemediasi pengaruh kegunaan, keamanan, kemudahan terhadap adopsi e-wallet. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 55-77.
- Firman, F., & Nurjihadi, M. (2023). Minat Penggunaan M-Banking Bank Konvensional Di Kabupaten Sumbawa: Implementasi Technology Acceptance Model. *BIOS: Jurnal Teknologi Informasi Dan Rekayasa Komputer*, 4(1), 25-33.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.

- Hardinata, N., Ratnawati, F., & Supendi, S. (2024, December). Pengembangan User Interface Aplikasi CBT Polbeng Berfokus pada Kesederhanaan dan Fungsionalitas untuk Meningkatkan Efisiensi Pengguna. In *Seminar Nasional Industri dan Teknologi* (pp. 117-122).
- Hartati Desy. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BPRS Dana Amanah Surakarta)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam (IAIN). Salatiga.
- Hilmana, P. N. P., Razak, R. S. A., Rizki, I. N., & Afrianto, I. (2024). Implementasi 2 Factor Authentication Dan Monitoring Transaction Pada Aplikasi Pemesanan Jasa Fotografi Dan Videografi Di Primapictures. *INFOKOM*, 17(1), 52-57.
- <https://www.antaranews.com/berita/1493936/transaksi-mobile-dan-internet-banking-melonjak-penggunaan-atm-turun>
- https://www.wikiwand.com/id/articles/Bank_OCBC_NISP
- Indriyani Erfina. (2018). *PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, RISIKO, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING (Studi Empiris Pada Nasabah Bank BUMN Di Kota Surakarta)*. (2018).
<https://core.ac.uk/download/pdf/195918562.pdf>
- Isalman, I. (2024). Evaluasi E-Service Quality Bri Mobile Dampaknya Terhadap E-Customer Trust Dan E-Customer Satisfaction. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 283-293.
- Judijanto, L., Destiana, R., Sudarmanto, E., Suprpti, I. A. P., & Harsono, I. (2024). Analisis pengaruh adopsi teknologi finansial, kepercayaan nasabah, dan regulasi terhadap penggunaan layanan keuangan digital. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 3(01), 20-28.
- Kabeer, A., Ia, K., Adeel Mannan B A Khadim, M., Shah, A., Ali, K., & Bukhari, S. (2013). Factors affecting adoption of mobile banking in Pakistan: Empirical Evidence. In *International Journal of Research in Business and Social Science IJRBS* (Vol. 2, Issue 3). www.ssbfnct.com
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, trust, dan security terhadap minat penggunaan gopay pada generasi x di surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19-29.

- Kumar, A., Dhingra, S., Batra, V., & Purohit, H. (2020). A Framework of Mobile Banking Adoption in India. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(2). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6020040>
- Kumar, R., Singh, R., Kumar, K., Khan, S., & Corvello, V. (2023). How Does Perceived Risk and Trust Affect Mobile Banking Adoption? Empirical Evidence from India. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054053>
- Kurniaputra, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO DAN MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BRI DI SURABAYA. *Journal of Business & Banking*, 8(1). <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>
- Le, H. B. H., Ngo, C. T., Trinh, T. T. H., & Nguyen, T. T. P. (2020). Factor affecting customers' decision to use mobile banking service: A case of thanh hoa province, Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(2), 205–212. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no2.205>
- Linnatunnisa Salsabila. (2022) *PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN SIKAP PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*. Skripsi. Perbankan Syariah. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Manurung, C. M., Sipahutar, J. N., Charolin, A., Saputra, Z. E., & Hasyim, H. (2024). Efektivitas Program Q-Ris (Quick Response Code Indonesian Standard) Oleh Bank Indonesia Dalam Meningkatkan Transaksi Non-Tunai. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 2(3), 68-88.
- Maulana, L., & Fitriana, N. (2023). Analisis dampak Insiden BSI Error dan Dugaan Hacking Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Subang. *Rayah Al-Islam*, 7(3), 1755-1768.
- Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146-155.
- Maulidiyah Sakina. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile*

Banking Bank Mandiri Di Surabaya.

<http://eprints.perbanas.ac.id/2866/1/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf>

- Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2018). THE INFLUENCE OF TRUST AND QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION PT BANK SULUTGO. *Pengaruh Kepercayaan 1198 Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 200-209.
- Mubaroq, A. C., & Pramuka, B. A. (2024). ANALISIS PENGUNGKAPAN LAPORAN KEBERLANJUTAN PT BANK NEGARA INDONESIA (Persero), Tbk. TAHUN 2023 BERLANDASKAN STANDAR GRI TAHUN 2021. *Business, Accounting and Management Journal*, 2(02).
- Nafisah, H., Dalimunte, A. A., & Harahap, M. I. (2023). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk Sebagai Variabel Intervening:(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Mahasiswa UIN Sumatera Utara). *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(4), 214-233.
- Ngamal, Y., & Perajaka, M. A. (2022). Penerapan Model Manajemen Risiko Teknologi Digital Di Lembaga Perbankan Berkaca Pada Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan Indonesia. *Jurnal Manajemen Risiko*, 2(2), 59-74.
- Nugraha, H., & Hasyim, M. A. N. (2022). The effect of perceived benefits, ease of use and customer trust on interest reusing mobile banking services. *Atestasi : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(2), 710–719.
<https://doi.org/10.57178/atestasi.v5i2.782>
- Nurdiansyah, A. F., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Bri Unit Kartasura. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 22-31.
- Prakosa, A. (2019). Analisis pengaruh persepsi teknologi dan persepsi risiko terhadap kepercayaan pengguna m-banking. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 270-282.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah

- Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis*, 8(1), 1-9.
- Priyani, A., Maryam, S., & Yani, B. A. (2020). Studi Komparasi Persepsi Kemanfaatan Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Antara Generasi X, Generasi Y, Dan Generasi Z (Studi pada pengguna layanan mobile banking BCA di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(02), 464612.
- Rahmahdhani, D. N., Nasution, M. I. P., & Sundari, S. S. A. (2023). Perlindungan Data Privasi Yang Dilakukan Perbankan Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking. *JUEB: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 88-96.
- Rahmatulloh, R., Yasri, Y., & Abror, A. (2019, May 27). *The Influence of Brand Image and Perceived Quality on Brand Loyalty with Brand Trust as Mediator in PT Bank Syariah Mandiri*. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.38>
- Rajaratnam, A. (2020). A Study on Perceived Ease of Use on Customers Adoption to use Mobile Banking Services. *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 6(1), 21–28.
- Rizal, S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Terhadap Kepercayaan pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. *Journal of Law and Economics*, 1(1), 32-41.
- Rizky, N., Yasa, N. P., & Wahyuni, M. A. (2018) *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi (JIMAT)*. Vol. 9 No. 3.
- Romadoni, M. F., & Albanna, H. (2022). Analisis Perilaku Masyarakat Untuk Ber-ZISWAF Secara Digital Melalui Layanan M-Banking Syariah Menggunakan Modifikasi UTAUT. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 1(2), 17-32.
- Sani, M. I., & Siregar, S. (n.d.). *Faktor-Faktor Mempengaruhi Transaksi Non Tunai Mobile Banking di Bank Muamalat Medan*.
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh promosi dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan aplikasi shopee (studi pada mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).

- Setyaningsih, P. R. A., & Putri, A. I. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa STIE YKPN dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 145-158.
- Shafira, A. S., Sunindyo, A., & Kusuma, S. Y. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Research And Development Student*, 1(2), 62-74.
- Sibuea, S. J., Oktavianthy, D., & Rangkuti, A. E. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi ovo. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2(1), 635-645.
- Sitanggang, A. S., Lestari, S., Febrianti, N. C., Az-zahra, A., & Fitriadi, M. N. (2024). Analisis Tingkat Kepercayaan Nasabah pada Keamanan Transaksi Perbankan melalui Mobile Banking (M-Banking). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(3).
- Sitanggang, A. S., Salsabilah, W. T., Zahra, S. F., Prisilia, V. I., & Muslim, F. (2024). TRANSFORMASI TEKNOLOGI MESIN ATM MENJADI APLIKASI MOBILE BANKING DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(8).
- Siti Hasnah. (2022). *PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN M-BANKING PADA MASA PANDEMI TAHUN 2020 (Studi pada PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP MAJENANG)*. Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifudin Zuhri. Purwokerto.
- Studi Perbankan, P., S1, S., Ekonomi, F., & Islam, D. B. (2018). *VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Salatiga) SKRIPSI Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Disusun oleh: WIDIA (213-14-232)*.
- Styarini, F., Riptiono, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., Bangsa, P., & Tinggi, S. (n.d.). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI di Kantor Cabang Kebumen). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 2, Issue 4).
<http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>

- Suryani, D., Ermansyah, E., & Alsukri, S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1(1), 11-19.
- Tantrinesia, M., Amelia, L. F., & Sidarwaya, H. A. (2023, November). Pengaruh M-banking Terhadap Pola Belanja Masyarakat di Surabaya. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (Sniis)* (Vol. 2, pp. 24-38).
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini, P. (2019, August). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. In *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics* (pp. 170-178).
- Van Deventer, M. (n.d.). *Antecedents of Trust in Mobile Banking Amongst Generation Y Students in South Africa*.
<https://www.researchgate.net/publication/350995853>
- Veonnita, R., & Rojuaniah, R. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas melalui kepercayaan nasabah pengguna mobile banking BCA. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 68-78.
- Yati, N., Gani, I., & Hamid, S. (2024). Analisis Penerapan Strategi E-Service Quality dalam Upaya Mempertahankan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran. *Journal of Institution and Sharia Finance*, 7(2), 1-13.
- Yudha, H. N., & Isgiyarta, J. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi pada Nasabah Perbankan yang Menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta). *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 148-157.