

Pengaruh *Perceived Ease Of Use, Product Knowledge, Dan Trust* Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Reksadana Bibit (Studi Kasus Pengguna *Platform Digital Fintech Bibit*)

I Made Irwan Gunawan⁽¹⁾

I Wayan Suartina⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
Email:deirwan45@gmail.com

Diterima: 17 April 2021

Direvisi: 23 April 2021

Disetujui: 28 April 2021

ABSTRACT

This research was motivated by problems related to the interest in using the seed mutual fund application. The purpose of this study was to examine the effect of perceived ease of use, product knowledge, and trust on the interest in using the seed mutual funds application (a case study of Bibit's Fintech digital platform users). In this study, the data collection method used was a questionnaire. The sample used in this study were 60 respondents. The data analysis techniques used in this study were validity test, reliability test, classical assumption test, determination coefficient test, multiple linear regression analysis, t test and F test. The results showed that (1) perceived ease of use had a positive and significant effect on interest in using the Bibit mutual fund application. (2) product knowledge has a positive and significant effect on the interest in using the Bibit mutual funds application. (3) trust has a positive and significant effect on the interest in using the Bibit mutual funds application. (4) perceived ease of use, product knowledge and trust have a positive and significant effect on the interest in using the Bibit mutual fund application.

Keywords : *Perceived Ease Of Use, Product Knowledge, Trust and Interest in Using*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terkait minat menggunakan aplikasi reksadana bibit. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji Pengaruh *Perceived Ease Of Use, Product Knowledge, dan Trust* Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Reksadana Bibit (Studi Kasus Pengguna *Platform Digital Fintech Bibit*). Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi reksadana Bibit. (2) *product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi reksadana Bibit. (3) *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi reksadana Bibit. (4) *perceived ease of use, product knowledge dan trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi reksadana Bibit.

Kata kunci : *Perceived Ease Of Use, Product Knowledge, Trust dan Minat Menggunakan*

PENDAHULUAN

Investasi merupakan salah satu kegiatan yang sangat menguntungkan. Investasi yaitu penanaman sebuah modal pada beberapa aktiva yang dipunyai serta memiliki jangka waktu yang cukup lama dengan keinginan untuk memperoleh sebuah keuntungan pada masa mendatang (Hasan 2020). Membicarakan investasi pada generasi milenial saat ini merupakan hal yang tidak terlalu diminati. Berdasarkan *survey* dari kontan.co.id (2020) terdapat 5 alasan generasi milenial enggan untuk melakukan investasi salah satunya adalah pengetahuan tentang investasi yang masih minim sehingga bayangan risiko tinggi selalu menjadi penghambat generasi muda untuk berinvestasi. Salah satu instrument investasi saat ini adalah reksadana.

Berdasarkan hal tersebut, Bibit sebagai salah satu aplikasi reksadana, membuat sebuah sistem yang disebut Robo Advisor, sistem ini memudahkan orang yang ingin melakukan investasi reksadana berdasarkan profil mereka secara otomatis, karena setiap orang memiliki profilnya tersendiri. Selain itu diversifikasi juga menjadi salah satu hal yang digunakan untuk memaksimalkan keuntungan investor. Sekarang ini aplikasi yang telah banyak didownload yaitu aplikasi bibit dengan melebihi 500 ribu penggunanya. Jumlah pengguna yang cukup banyak ini menandakan jika aplikasi reksadana yang secara online seperti Bibit ini memiliki sebuah peluang untuk menjadi salah satu aplikasi favorit dan menarik untuk diteliti.

Mengacu pada data terkait dengan kemudahan yang dimiliki fitur aplikasi Bibit, maka minat menggunakan aplikasi Bibit di Indonesia hendaknya menunjukkan peningkatan. Berdasarkan data pertumbuhan rekening reksadana di Indonesia, jumlah rekening reksadana di Indonesia Tahun 2017-2019 mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan jumlah rekening reksadana di Indonesia memberikan peluang bagi aplikasi Bibit untuk memperoleh pengguna. Namun, dikutip dari bibit.id menyatakan bahwa membuka tahun 2020, industri reksadana di Indonesia mengalami sedikit koreksi pada Desember 2019. Hal itu tercermin dari menurunnya nilai dana kelolaan AUM. Penurunan dana kelolaan yang dicatatkan pada Januari 2020, merupakan penurunan yang ketiga kali beruntun sejak bulan November 2019. Namun, penurunan AUM industri reksadana tidak serta merta menurunkan minat investasi pada aplikasi Bibit. Hal ini diperlihatkan dengan kenaikan dari keseluruhan pengguna dari sejak diluncurkan pada awal tahun 2019 hingga lebih dari 500 ribu pengguna aktif. Data ini mengindikasikan bahwa minat menggunakan aplikasi bibit masih tinggi.

Minat menggunakan berkaitan dengan perilaku dari seorang konsumennya. Perilaku dari seorang konsumen yaitu sebuah proses yang terkait saat individu memilih, menggunakan, dan mengatur ide, jasa, atau produk untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Perilaku pengguna dan pengelolaan produk inilah yang menarik bagi marketer, karena dapat mempengaruhi bagaimana sebuah produk memiliki posisi terbaik di pasar, bagaimana mendorong peningkatan konsumsi, dan sukses dalam persaingan, oleh karena itu marketer harus mengerti sikap pelanggan dan mempertahankannya dengan menyampaikan dan menghasilkan produk yang diinginkannya dengan kualitas dan harga yang layak (*reasonable*) (Rozi and Ziyad 2020). Menurut *Theory Acceptance Model* (TAM) menyatakan bahwa penerimaan sebuah teknologi didasarkan pada berbagai macam faktor, diantaranya adalah *perceived easeof use*, *product knowledge*, serta *trust*.

Salah satu faktor yang mampu memberikan pengaruh pada minat menggunakannya yaitu *perceived easeof use* atau biasa disebut dengan persepsi kemudahan untuk memakai. Seseorang meyakini jika memakai sebuah aplikasi tentu saja mampu memberikan peningkatan pada kinerjanya serta meyakini bahwa pemakaian sebuah system akan memberikan kebebasan kepada mereka dari sebuah usaha (Hasan 2020). Penelitian yang dijalankan oleh Nazirwan et al. (2020); Bangkara & Mimba (2016); Utami & Herawati (2020) memberikan sebuah gambaran bahwa *perceived easeof use* atau persepsi kemudahan untuk memakai punya pengaruh yang positif kepada minat dalam pemakaian sebuah aplikasi.

Selanjutnya, *product knowledge* juga diindikasikan menjadi factor yang mampu memberikan pengaruh pada minat menggunakannya. Menurut Nastiti et al. (2020) memberikan gambaran bahwa, secara konseptualnya sebuah pengetahuan akan produk yaitu menjadi pemahaman yang sifatnya subjektif dari seorang produsen sendiri atas sesuatu yang ditawarkannya pada konsumen atas tujuan dari sebuah organisasi dalam memenuhi kegiatan serta kebutuhan. Penelitian yang dijalankan oleh Puspitasari & Jayanto (2016) serta Syariah et al. (2018) memberikan sebuah gambaran bahwa *product knowledge* atau pengetahuan kepada produk punya pengaruh yang positif kepada minat dalam pemakaian dari seorang konsumen.

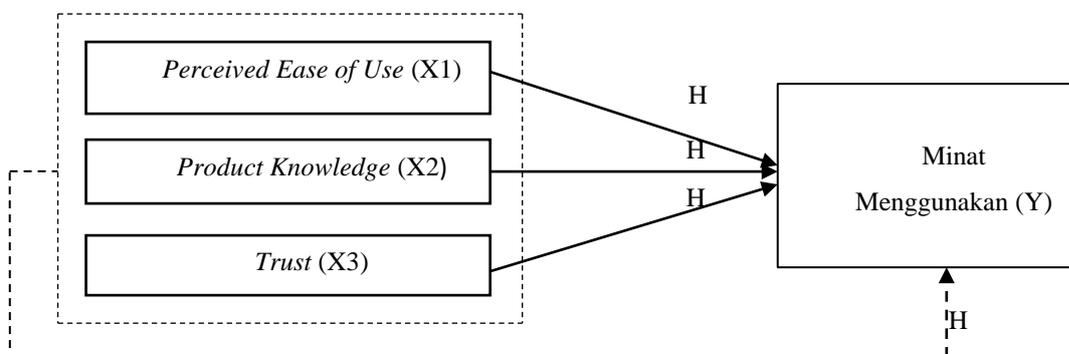
Selanjutnya, *trust* atau sering disebut sebagai kepercayaan yaitu menjadi aspek penting lainnya yang mamapu memberikan pengaruh kepada minat menggunakan aplikasi. Ramdhani (2020) memberikan penjelasan bahwa kepercayaa adalah sebuah kesediaan dari suatu pihak untuk menjadi agak rentan kepada tindakan dari pihak lainnya yang sesuai dengan keinginan bahwa pihak lain tersebut akan menjalankan sebuah kekiatan yang amat penting bagi *trustor*,

terbebas dari sebuah kemampuan dalam mengendalikan serta memantau pihak lainnya itu sendiri. Penelitian yang dijalankan oleh Adiwijaya (2018); Nawangasari & Putri (2020) memberikan sebuah gambaran bahwa *trust* punya pengaruh yang positif kepada minat dalam pemakaian sebuah aplikasi. Bagi pengguna aplikasi Bibit, kepercayaan adalah nomor satu karena mereka mempercayakan uang investasi mereka kepada Bibit, sehingga Bibit tidak boleh mengecewakan kepercayaan pengguna mereka.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu, dirasa perlu untuk melakukan penelitian lebih dalam terkait dengan minat menggunakan aplikasi Bibit dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, sehingga diangkat penelitian dengan judul pengaruh *perceived ease of use*, *product knowledge*, dan *trust* kepada minat dalam pemakaian sebuah aplikasi reksadana bibit (studi kasus pengguna *platform digital fintech* Bibit).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif, variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah variabel *Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan untuk memakai (X1), *product knowledge* (X2), dan *trust* (X3) terhadap minat menggunakan (Y). Adapun sifat penelitian adalah *explanatory research* (Sugiyono, 2017:57).



Gambar 1. Desain Penelitian

Keterangan :

- Pengaruh secara simultan
- Pengaruh secara parsial

Adapun populasi pada penelitian ini yaitu keseluruhan pengguna aplikasi Bibit di Kota Denpasar. Jumlah indikatornya pada penelitian ini yaitu 12 indikator sehingga jumlah sampelnya adalah $12 \times 5 = 60$ orang sampel. Untuk menjangkau responden yang berada pada tempat yang berbeda-beda digunakan aplikasi *google form* untuk menyebarkan kuesioner. Penelitian ini memakai jenis data pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif pada penelitian ini yaitu skor-skor hasil penyebaran

kuesioner yang dilakukan terhadap responden penelitian pengguna aplikasi Bibit. Adapun Teknik yang dipakai dalam pengumpulan datanya pada penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis datanya memakai analisis regresi yang secara linier berganda, adapun persamaannya seperti berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon \dots \dots \dots (1)$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perceived Ease Of Use	60	7	15	12,45	1,872
Product Knowledge	60	9	15	12,50	1,467
Trust	60	8	15	12,15	1,947
Minat Menggunakan	60	8	15	12,60	1,498
Valid N (listwise)	60				

Sumber : data diolah (2021)

Mengacu pada tabel di atas bahwa nilai minimumnya dari total variabel *perceived ease of use* senilai 7, dengan nilai maksimumnya adalah 15 serta reratanya senilai 12,45 dan standar deviasinya yaitu 1,872. Nilai minimumnya dari total variabel *product knowledge* senilai 9, dengan nilai maksimumnya adalah 15 serta reratanya senilai 12,50 dan standar deviasinya yaitu 1,467. Nilai minimumnya dari total variabel *trust* senilai 8, dengan nilai maksimumnya adalah 15 serta reratanya senilai 12,15 dan standar deviasinya yaitu 1,947. Nilai minimumnya dari total variabel minat menggunakan senilai 8, dengan nilai maksimumnya adalah 15 serta reratanya senilai 12,60 dan standar deviasinya yaitu 1,498.

Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Mengacu pada tabel validitasnya bahwa nilai *r* hitungnya melebihi *r* batasnya 0,30 mengartikan bahwa instrument butir pernyataanya dinyatakan valid. Mengacu pada uji reliabilitasnya bahwa nilai dari koef. *Cronbach's Alpha*nya melebihi 0,60 menyatakan bahwa terpenuhinya reliabilitas atau kehandalan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan pengujian normalitasnya memberikan sebuah gambaran bahwa statistic *kolmogorov-smirnovnya* dengan nilai *Asym. Sig (2-tailednya)* 0,859 yang melebihi 0,05,

mengartikan bahwa data pada penelitian ini telah terdistribusi secara normal. Berdasarkan pengujian multikolinearitas memberikan sebuah gambaran bahwa nilai dari *tolerance* pada tiap variabelnya lebih dari 0,10 serta nilai dari VIF tidak melebihi dari angka 10, mengartikan bahwa ketiadaan dari multikolinearitasnya. Berdasarkan pengujian heteroskedastisitas yang dijalankan memberikan sebuah gambaran bahwa tiap variabelnya punya nilai sig. yang melebihi 0,05, sehingga mengartikan bahwa ketiadaan dari heterokedastisitasnya.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,965	1,275		2,325	0,024
1 Perceived Ease Of Use	0,214	0,090	0,267	2,379	0,021
Product Knowledge	0,210	0,095	0,206	2,222	0,030
Trust	0,358	0,086	0,465	4,158	0,000

Sumber: data diolah (2021)

Mengacu pada tabel 2, maka persamaannya adalah seperti berikut:

$$Y = 2,965 + 0,214X_1 + 0,210X_2 + 0,358X_3$$

Konstanta bernilai 2,965 artinya, jika variabel *perceived ease of use*, *product knowledge* dan *trust* punya nilai tetap maka variabel minat menggunakan bernilai 2,965.

Analisis T-test

Tabel 3. Hasil Analisis T-test

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,965	1,275		2,325	0,024
1 Perceived Ease Of Use	0,214	0,090	0,267	2,379	0,021
Product Knowledge	0,210	0,095	0,206	2,222	0,030
Trust	0,358	0,086	0,465	4,158	0,000

Sumber: data diolah (2021)

Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Menggunakan

Mengacu pada uji t bahwa *Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan untuk memakai kepada minat untuk menggunakan diperoleh nilai signifikansinya senilai $0,021 < 0,05$ dengan

nilai koefisiensi betanya 0,214 punya nilai positif sehingga penerimaan H_1 . Mengartikan bahwa *perceived ease of use* punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit.

Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Minat Menggunakan

Mengacu pada uji t bahwa *product knowledge* kepada minat untuk menggunakan diperoleh nilai signifikansinya senilai $0,030 < 0,05$ dengan nilai koefisiensi betanya 0,210 punya nilai positif sehingga penerimaan H_2 . Mengartikan bahwa *product knowledge* punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit.

Pengaruh *Trust* Terhadap Minat Menggunakan

Mengacu pada uji t bahwa *trust* kepada minat untuk menggunakan diperoleh nilai signifikansinya senilai $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisiensi betanya 0,358 punya nilai positif sehingga penerimaan H_3 . Mengartikan bahwa *trust* punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit.

Analisis Kelayakan Model

Mengacu pada hasil penelitian pengujian ANOVA bahwa nilai F dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$, mengartikan bahwa *Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan untuk memakai, *product knowledge* dan *trust* punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit. Semakin baik *perceived ease of use*, *product knowledge* dan *trust* maka minat menggunakan aplikasi reksadana bibit juga semakin meningkat. Dengan kemudahan untuk menggunakan yang diikuti oleh pengetahuan produk yang baik serta kepercayaan konsumen terhadap aplikasi bibit tentu akan berdampak baik bagi perkembangan dan kemajuan dari aplikasi reksadana bibit.

Koefisien Determinasi

Mengacu pada hasil penelitian bahwa nilai dari *Adjusted R Squared*nya yaitu 0,549 artinya bahwa 54,9% variable dari minat menggunakannya dipengaruhi oleh variabel *perceived ease of use*, *product knowledge* dan *trust* serta 33,4% dijelaskan oleh faktor lainnya.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Menggunakan

Mengacu pada uji t bahwa *Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan untuk memakai kepada minat untuk menggunakan diperoleh nilai signifikansinya senilai $0,021 < 0,05$ dengan nilai koefisiensi betanya 0,214 punya nilai positif sehingga penerimaan H_1 . Mengartikan bahwa

perceived ease of use punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit.

Seseorang meyakini jika memakai sebuah aplikasi tentu saja mampu memberikan peningkatan pada kinerjanya serta meyakini bahwa pemakaian sebuah system akan memberikan kebebasan kepada mereka dari sebuah usaha (Hasan, 2020). Penelitian yang dijalankan oleh Nazirwan et al. (2020); Bangkara & Mimba (2016); Utami & Herawati (2020) memberikan sebuah gambaran bahwa *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan untuk memakai punya pengaruh yang positif kepada minat dalam pemakaian sebuah aplikasi.

Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Minat Menggunakan

Mengacu pada uji t bahwa *product knowledge* kepada minat untuk menggunakan diperoleh nilai signifikansinya senilai $0,030 < 0,05$ dengan nilai koefisiensi betanya 0,210 punya nilai positif sehingga penerimaan H_2 . Mengartikan bahwa *product knowledge* punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit.

Menurut Nastiti et al. (2020) memberikan gambaran bahwa, secara konseptualnya sebuah pengetahuan akan produk yaitu menjadi pemahaman yang sifatnya subjektif dari seorang produsen sendiri atas sesuatu yang ditawarkannya pada konsumen atas tujuan dari sebuah organisasi dalam memenuhi kegiatan serta kebutuhan. Penelitian yang dijalankan oleh Puspitasari & Jayanto (2016) serta Syariah et al. (2018) memberikan sebuah gambaran bahwa *product knowledge* atau pengetahuan kepada produk punya pengaruh yang positif kepada minat dalam pemakaian dari seorang konsumen.

Pengaruh *Trust* Terhadap Minat Menggunakan

Mengacu pada uji t bahwa *trust* kepada minat untuk menggunakan diperoleh nilai signifikansinya senilai $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisiensi betanya 0,358 punya nilai positif sehingga penerimaan H_3 . Mengartikan bahwa *trust* punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit.

Ramdhani (2020) memberikan penjelasan bahwa kepercayaan adalah sebuah kesediaan dari suatu pihak untuk menjadi agak rentan kepada tindakan dari pihak lainnya yang sesuai dengan keinginan bahwa pihak lain tersebut akan menjalankan sebuah kegiatan yang amat penting bagi *trustor*, terbebas dari sebuah kemampuan dalam mengendalikan serta memantau pihak lainnya itu sendiri. Penelitian yang dijalankan oleh Adiwijaya (2018); Nawangasari & Putri (2020) memberikan sebuah gambaran bahwa *trust* punya pengaruh yang positif kepada minat

dalam pemakaian sebuah aplikasi. Bagi pengguna aplikasi Bibit, kepercayaan adalah nomor satu karena mereka mempercayakan uang investasi mereka kepada Bibit, sehingga Bibit tidak boleh mengecewakan kepercayaan pengguna mereka.

Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Produk Knowledge* dan *Trust* Terhadap Minat Menggunakan

Mengacu pada hasil penelitian pengujian ANOVA bahwa nilai F dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$, mengartikan bahwa *Perceived easeof use* atau persepsi kemudahan untuk memakai, *product knowledge* dan *trust* punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit. Semakin baik *perceived easeof use*, *product knowledge* dan *trust* maka minat menggunakan aplikasi reksadana bibit juga semakin meningkat. Dengan kemudahan untuk menggunakan yang diikuti oleh pengetahuan produk yang baik serta kepercayaan konsumen terhadap aplikasi bibit tentu akan berdampak baik bagi perkembangan dan kemajuan dari aplikasi reksadana bibit.

SIMPULAN

Mengacu pada hasil analisis datanya serta pembahasannya, adapun simpulan dari hasil penelitian ini adalah seperti berikut: 1) *Perceived easeof use* atau persepsi kemudahan untuk memakai punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit. 2) Pengetahuan produk (*product knowledge*) punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit. 3) Kepercayaan (*trust*) punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit. 4) Persepsi kemudahan untuk memakai (*perceived easeof use*), pengetahuan produk (*product knowledge*) dan kepercayaan (*trust*) punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit.

Mengacu pada simpulannya, maka adapun saran dari penelitian ini yaitu seperti berikut: 1) Bagi manajemen aplikasi reksadana Bibit hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai dasar teoritis untuk meningkatkan aplikasi reksadana Bibit, hal tersebut dapat dijalankan dengan cara: a) Meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easeof use*) yang diimplementasikan dengan cara menyediakan fitur yang mudah dioperasikan untuk mengatur investasi keuangan. b) Meningkatkan pengetahuan produk (*product knowledge*) yang diimplementasikan dengan cara memberikan informasi mengenai aplikasi *Fintech* Bibit agar pengguna dapat mengetahui dan memahami pentingnya investasi keuangan. c) Meningkatkan kepercayaan (*trust*) yang

diimplementasikan dengan cara semakin meningkatkan *benevolence* aplikasi *Fintech* Bibit yang dapat dilakukan dengan cara memaksimalkan fungsi dari aplikasi *Fintech*, sehingga para pengguna aplikasi *Fintech* merasakan kepercayaan dalam menggunakan aplikasi *Fintech*. d) Menambah fitur-fitur yang lebih menarik lagi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen agar menambah minat menggunakan aplikasi reksadana bibit.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, I. G. B. P. 2018. "Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan Dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking." *Jurnal Manajemen Bisnis* 15 (3): 135–53.
- Bangkara, R. P., and N. P. Mimba. 2016. "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variable Intervening." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16 (3): 2408–34.
- Hasan, G. 2020. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Untuk Menggunakan Mobile Payment Pada Online Shop Di Batam." *Journal of Sustainable Business Hub* 1 (1): 1–11.
- Nastiti, N., A. Hartono, and Ulfah. 2020. "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah." *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1 (1).
- Nawangasari, S., and N. D Putri. 2020. "Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Ilmiah Matrik* 22 (1): 55–63.
- Nazirwan, N. M. Halim, and R. Fadhil. 2020. "Peran Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived E-Service Quality, Dan Perceived Risk Terhadap Behavior Intention: Suatu Penelitian Pada Kiosk Tyme Digital." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 8 (2): 235–45.
- Puspitasari, C., and P. Y Jayanto. 2016. "The Influence of Selling Price Pricing, Margin Level, Product Quality, Syariah Marketing, Collateral, Product Knowledge and Risk on Member's Interest in Using Murabahah Financing." *Accounting Analysis Journal* 5 (3): 229–37.
- Rozi, F., and M Ziyad. 2020. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Btn." *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan* 3 (2): 92–102.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Syariah, A. H. Romdhoni, and Ratnasari. 2018. "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4 (2): 136–47.
- Utami, A. B., and N. T Herawati. 2020. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Resiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi NonCash

Pada PT BRI (Persero) Tbk (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Undiksha).”
JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha 11 (2): 310–19.