

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan)

Efan Tri Ahsyar
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
efantriahsyar123@gmail.com

ABSTRACT

Public interest in using mobile banking services is influenced by various factors, including ease of use and risk. This study aims to analyze the influence of ease of use and risk on the interest in using mobile banking services among customers of BRI Bank Kota Manna Branch, South Bengkulu Regency. The research method is quantitative with a survey approach. The population of the study consists of all customers of BRI Bank Kota Manna Branch, South Bengkulu Regency. The sample size is 77 respondents. Data were collected through questionnaires distributed to customers and then analyzed using multiple linear regression techniques. The results showed that ease of use has a positive and significant influence on the interest in using mobile banking services. This means that the easier the mobile banking service is to use, the higher the customers' interest in using it. Meanwhile, risk has a negative and significant influence on the interest in using mobile banking services, indicating that the higher the perceived risk, the lower the customers' interest in using the service. This study confirms that to increase interest in using mobile banking services, BRI Bank needs to ensure ease of access and use while minimizing risks by enhancing system security and educating customers about data protection and digital transactions.

Keywords: Ease of Use, Risk, Interest in Using

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi transportasi, informasi, dan komunikasi menyebabkan terjadinya percepatan globalisasi di seluruh dunia. Salah satu penemuan terbesar dalam kemajuan dunia teknologi informasi dan komunikasi adalah dengan ditemukannya internet. Penemuan internet memberikan pengaruh yang sangat besar dalam peradaban umat manusia, dimana internet mampu menghubungkan umat manusia dari berbagai penjuru dunia. Kemunculan internet memberikan pengaruh hampir pada semua aspek kehidupan manusia, mulai dari cara manusia berkomunikasi, cara manusia bekerja, cara manusia memenuhi kebutuhan hidupnya, cara manusia berinteraksi, sampai dengan cara manusia melakukan transaksi bisnis dan transaksi keuangan lainnya.

Perkembangan sistem teknologi informasi internet ini mendorong munculnya peluang bisnis yang memanfaatkan layanan internet karena dirasa lebih efektif dan efisien. Salah satu bisnis yang selalu mengikuti dan memanfaatkan perkembangan internet sebagai pendukung dalam pengembangan bisnisnya adalah perbankan. Perbankan sebagai salah satu industri jasa layanan keuangan yang selalu mengedepankan kepuasan nasabah melalui totalitas pelayanan tentunya harus selalu aktif mengikuti perkembangan teknologi agar dapat memberikan layanan yang tepat untuk mempermudah transaksi nasabah. Adapun bentuk layanan perbankan yang

menggunakan teknologi misalnya *electronic banking* (e-banking) yang meliputi mobile banking, internet banking, sms banking, dan lain-lain.

Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan adanya layanan ini, aktivitas transaksi perbankan dapat dilakukan dengan mudah, nyaman dan aman. Layanan mobile banking memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain (Mubiyantoro & Syaefullah, 2013). Namun, Jumlah pengguna mobile banking di Indonesia lebih sedikit dibanding dengan pengguna internet (Rahayu, 2015).

Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar yakni sekitar 263.5106.1846 juta jiwa menempati posisi ke-9 sebagai pengguna internet terbanyak di dunia pada Juni 2019 dengan jumlah 132.700.000 pengguna (*Internet World Stats*, 2019). Data tersebut menunjukkan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia setidaknya sekitar 10,12% dari tahun ke tahun. Dari hasil survei APJII diketahui bahwa 64,8% penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Keadaan ini tentunya membawa dampak multiplier yang berarti bahwa kemajuan teknologi informasi juga berpengaruh pada bidang lainnya seperti pada bidang perekonomian, khususnya pada bisnis jasa layanan keuangan perbankan.

Perkembangan teknologi digital yang pesat dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk industri perbankan. Salah satu inovasi penting yang telah mengubah cara masyarakat mengakses layanan perbankan adalah mobile banking, yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi finansial melalui perangkat seluler seperti ponsel pintar. Dengan mobile banking, nasabah dapat dengan mudah mengakses layanan perbankan tanpa batasan waktu dan lokasi, yang tentunya memberikan tingkat kenyamanan dan efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan layanan perbankan konvensional.

Berdasarkan data Bank Indonesia, per April 2024 nominal transaksi mobile banking mencapai Rp 5.340,92 triliun atau tumbuh sebesar 19,08% yoy. Beberapa perbankan yang saat ini dengan pengguna mobile banking terbanyak di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.
Data Perbankan dengan Pengguna Mobile Banking
terbesar di Indonesia Pada Kuartal I Tahun 2024

Nama Perbankan	Jumlah Pengguna M Banking	Jumlah Pengguna Periode Sebelumnya	Nilai Transaksi
Bank BRI	33,5 Juta	25,7 Juta (naik 30,3%)	Rp. 1.251 Triliun
Bank BCA	30,8 Juta	28,3 Juta (naik 9%)	Rp. 6.586 Triliun
Bank Mandiri	24 Juta	14,6 Juta (naik 39%)	Rp. 921 Triliun
Bank BNI	16,9 Juta	14,3 Juta (naik 53,9%)	Rp. 347 Triliun

Sumber: Bank Indonesia (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 1. di atas dapat dilihat bahwa perbankan dengan jumlah pengguna mobile banking terbanyak di Indonesia pada tahun 2024 adalah bank BRI dengan jumlah pengguna mobile banking sebanyak 33,5 juta pengguna. Sedangkan perbankan dengan jumlah peningkatan jumlah pengguna mobile banking terbanyak di Indonesia adalah bank BNI, dimana terjadi peningkatan dari 14,3 juta pengguna meningkat sebesar 53,9% menjadi 16,9 juta pengguna berdasarkan data pada kuartal I tahun 2024. Untuk nilai transaksi terbesar masih dipegang oleh Bank BCA, dengan nilai transaksi sebesar Rp. 6.586 triliun berdasarkan data pada kuartal I tahun 2024 (Laras, 2024).

Penggunaan mobile banking di Indonesia terus meningkat seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone. Menurut data Bank Indonesia (2023), jumlah pengguna layanan mobile banking di Indonesia telah mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan peningkatan volume transaksi yang tercatat mencapai 30% setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi mobile banking semakin diterima oleh masyarakat.

Menurut Kurniawati *et al.* (2017) mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada mobile banking meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan mobile banking pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya. Dengan adanya layanan Mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke layanan perbankan tanpa harus datang langsung ke bank. Meskipun kehadiran mobile banking menawarkan banyak manfaat kepada nasabah, akan tetapi tidak sedikit nasabah yang tidak berminat dalam menggunakan layanan mobile banking. Hal tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor, beberapa diantaranya adalah kemudahan penggunaan dan risiko.

Minat merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang melakukan suatu perilaku tertentu terlebih dahulu diawali oleh keinginan atau minat untuk melakukan perilaku tersebut. Minat nasabah merupakan sumber motivasi yang mendorong nasabah untuk melakukan apa yang ingin dilakukannya pada saat nasabah memiliki pilihan. Ketika nasabah menilai bahwa suatu perilaku bisa saja memberikan manfaat untuk dirinya, maka kemungkinan nasabah akan berminat untuk melakukan perilaku tersebut (Jugiyanto, 2019).

Faktor utama yang berperan dalam adopsi teknologi adalah kemudahan penggunaan (*ease of use*). Kemudahan penggunaan dalam konteks teknologi didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi tertentu akan bebas dari usaha yang signifikan. Konsep ini diperkenalkan dalam model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), dimana kemudahan penggunaan merupakan salah satu prediktor utama dari minat pengguna untuk mengadopsi suatu teknologi. Jugiyanto (2019) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) mengacu pada sejauh mana suatu sistem atau teknologi dianggap mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna. Pengguna tidak perlu mengeluarkan usaha yang signifikan untuk belajar atau memahami cara kerja sistem tersebut, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan efektivitas penggunaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Sri (2023) menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menggunakan layanan mobile banking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking yang dirasakan oleh pelaku UMKM, maka minat penggunaan layanan mobile banking pada pelaku UMKM akan semakin tinggi.

Selain kemudahan penggunaan, faktor lain yang dapat memengaruhi minat menggunakan layanan mobile banking adalah risiko. Risiko yang dirasakan oleh pengguna dapat muncul dari berbagai aspek, seperti risiko keamanan data, risiko privasi, serta risiko finansial yang terkait dengan potensi penipuan atau kehilangan uang selama transaksi. Perasaan khawatir dan takut merupakan hal yang seringkali dialami oleh setiap orang ketika akan menggunakan sesuatu yang belum familiar atau masih baru. Penggunaan mobile banking berkaitan erat dengan transaksi keuangan yang berbasis internet. Pengguna tidak bisa merasakan dan melihat secara langsung apakah suatu proses berjalan dengan benar atau muncul hal-hal negatif yang bisa merugikan diri nasabah. Risiko bisa dikatakan menjadi hal yang tidak

pasti ketika melakukan suatu kegiatan transaksi yang kemungkinan bisa berdampak negatif atau merugikan (More & Suprapti, 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Cakra (2021) menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan mobile banking terhadap minat berkelanjutan menggunakan layanan mobile banking pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI). Nasabah yang memiliki persepsi tinggi terhadap kemudahan dalam penggunaan layanan mobile banking, cenderung untuk berminat menggunakan layanan mobil banking secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan beberapa orang nasabah bank BRI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan (Helentri, Ilham, Lian, Rinto) pada tanggal 16 Oktober 2024, didapatkan informasi bahwa masih ditemukan permasalahan terkait dengan minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking atau BRImo, dimana beberapa nasabah merasa tidak berminat untuk menggunakan layanan BRImo dan lebih memilih layanan perbankan konvensional atau datang langsung ke bank BRI untuk melakukan transaksi keuangan. Berdasarkan penjelasan dari beberapa orang nasabah menunjukkan bahwa beberapa hal yang mempengaruhi rendahnya minat nasabah dalam menggunakan layanan BRImo berhubungan dengan kemudahan penggunaan layanan BRImo dan risiko keamanan transaksi keuangan yang dikhawatirkan akan muncul jika menggunakan layanan BRImo.

Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan BRImo adalah kemudahan penggunaan aplikasi atau layanan BRImo. Berdasarkan penjelasan dari beberapa orang nasabah BRI Cabang Kota Manna Bengkulu selatan menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah merasa bahwa menggunakan layanan mobile banking adalah sesuatu yang sulit, hal tersebut dikarenakan kebanyakan nasabah belum terlalu familiar dengan teknologi smartphome. Beberapa nasabah merasa tidak nyaman atau kurang percaya diri menggunakan teknologi baru seperti mobile banking. Mereka tidak terbiasa dengan layanan digital dan merasa lebih nyaman dengan cara tradisional, hal tersebut dikarenakan pada metode konvensional ketika menemui masalah atau kendala dalam transaksi keuangan nasabah bisa mendapatkan bantuan langsung dari teller atau customer service di bank. Bagi beberapa nasabah, interaksi langsung dengan petugas yang dapat memberikan penjelasan atau menyelesaikan masalah dengan segera lebih diutamakan daripada mencoba mencari solusi sendiri melalui aplikasi. Selain itu, penggunaan layanan mobile banking sangat bergantung dengan ketersediaan internet, tanpa adanya akses internet maka layanan mobile banking tidak bisa digunakan yang artinya tanpa adanya layanan internet maka nasabah tidak bisa melakukan transaksi keuangan atau transaksi keuangan bisa saja menjadi terganggu.

Selain kemudahan penggunaan layanan mobile banking, faktor lain yang diduga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BRI atau BRImo adalah risiko. Berdasarkan penjelasan beberapa orang nasabah BRI Cabang Kota Manna Bengkulu Selatan menunjukkan bahwa penggunaan layanan mobile banking dengan menggunakan smartphome berisiko tinggi terhadap penipuan dan keamanan. Penggunaan mobile banking sangat tergantung pada perangkat mobile seperti ponsel pintar. Kehilangan atau pencurian perangkat menimbulkan risiko bahwa orang lain bisa mendapatkan akses ke akun perbankan nasabah jika keamanan perangkat tidak cukup kuat. Ketakutan akan risiko ini membuat nasabah tidak berminat menggunakan aplikasi mobile banking karena mereka merasa cara konvensional lebih aman.

Beberapa nasabah merasa bahwa penggunaan mobile banking sangat berisiko terhadap penyalahgunaan data pribadi nasabah akibat kebocoran data atau akibat diretas, sehingga nasabah beranggapan cara konvensional lebih menjamin keamanan data. Selain itu, ketika terjadi kesalahan dalam penggunaan aplikasi mobile banking, terjadi penipuan transaksi keuangan, atau kehilangan dana dalam transaksi keuangan, akan sulit bagi nasabah untuk melakukan klaim pengembalian dana. Sistem keamanan mobile banking yang hanya mengandalkan kata kunci dan PIN sangat rentan ketika terjadi penipuan, sehingga

menyebabkan nasabah berisiko kehilangan dana dalam jumlah besar mengingat beberapa mobile banking memiliki batas nominal cukup besar untuk transaksi keuangan setiap harinya, sedangkan pada layanan konvensional untuk mencairkan dana nasabah butuh beberapa langkah atau prosedur sehingga dianggap lebih aman dari penipuan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan).

METODE

Populasi dan sampel

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti, hal tersebut dikarenakan keterbatasan terhadap akses data dan kerahasiaan data nasabah oleh pihak Bank BRI.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2018). Dikarenakan jumlah populasi penelitian tidak diketahui dengan pasti, maka penentuan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini mengikuti pendapat Hair *et al.* (2010), yang menyatakan bahwa jumlah ideal dalam penarikan sampel adalah 5-10 untuk setiap indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah indikator dalam penelitian adalah 11 indikator, maka jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah:

Sampel : Jumlah indikator x 7

Sampel : 11 x 7

Sampel : 77 orang responden

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah sebanyak 77 orang nasabah Bank BRI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2018) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja mahasiswa yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di tempat penelitian dapat dijadikan sebagai sampel, bila dipandang nasabah yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat dalam suatu penelitian diperlukan adanya teknik pengumpulan data yang tepat juga. Menurut Sugiyono (2018), teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti: interview (wawancara), kuisisioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan dari beberapa metode tersebut. Maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuesioner. Karena observasi tidak selalu dengan objek manusia tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Menurut Sugiyono (2018), mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit atau

kecil (Sugiyono, 2018). Pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara dilakukan peneliti untuk mendapatkan data awal terkait dengan minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile Banking BRImo dan faktor-faktor yang diduga mempengaruhinya. Dalam proses pengumpulan data awal yang dibutuhkan untuk menyusun latar belakang dan permasalahan yang diangkat, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa orang nasabah Bank BRI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan yang menggunakan layanan mobile banking BRImo.

Kuesioner

Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab dengan memilih salah satu respon yang sudah disediakan oleh penulis. Dalam hal ini kuesioner akan dibagikan kepada nasabah Bank BRI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan sebagai responden penelitian (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, peneliti akan membagikan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang terkait dengan indikator masing-masing variabel penelitian kepada sebanyak 77 orang nasabah Bank BRI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan sesuai dengan jumlah sampel yang didapatkan dari hasil penghitungan sampel minimum.

Teknik Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui persepsi rata-rata jawaban yang diberikan responden terhadap variabel penelitian. Persepsi responden diukur dengan menggunakan skala *likert* mulai dari ‘Sangat Tidak Setuju’ dengan skor 1 sampai dengan ‘Sangat Setuju’ dengan skor 5.

Untuk membantu mendeskripsikan jawaban responden tersebut, dilakukan perhitungan frekuensi dan nilai rata-rata dengan rumus yang dikemukakan oleh (Sugiyono, 2018), berikut ini:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Setelah besarnya interval diketahui, maka selanjutnya dibuat rentang skala sehingga dapat ditentukan kategori penilaian persepsi responden terhadap variabel penelitian. Adapun kategori penilaian responden pada masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Kategori Penilaian Responden

No	Interval	Kategori
1	1,00 – 1,80	Sangat Rendah
2	1,81 – 2,61	Rendah
3	2,62 – 3,42	Cukup Tinggi
4	3,43 – 4,23	Tinggi
5	4,24 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2018)

Analisis Inferensial

Analisis inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk membuat kesimpulan tentang populasi berdasarkan data sampel. Analisis ini juga dikenal sebagai statistik probabilitas karena kebenaran data sampel bersifat peluang. Analisis inferensial ini terdiri dari

uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, regresi berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis penelitian. Masing-masing akan dijelaskan berikut ini:

Pengujian Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2018) instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Instrumen diperlukan agar pekerjaan yang dilakukan lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga data lebih mudah diolah. Instrumen atau alat yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner digunakan untuk menyelidiki pendapat subjek mengenai suatu hal atau untuk mengungkapkan kepada responden. Menurut Arikunto (2018) angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk memperoleh informasi sampel dalam arti laporan pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.

Penskoran digunakan dengan menggunakan skala Likert. Menurut Hadi (2014) skala Likert merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statemen atau pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dengan opsi jawaban yang disediakan seperti tabel berikut :

Tabel 2
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : (Sugiyono, 2018)

Pengujian instrumen dalam penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank BNI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan, pemilihan Bank BNI dengan pertimbangan bahwa nasabah Bank BNI memiliki kemiripan dengan nasabah Bank BRI sebagai sampel penelitian. Pengujian dilakukan dengan cara membagikan kuesioner penelitian kepada sebanyak 20 orang nasabah Bank BNI cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Setelah semua data terkumpul, selanjutnya data diolah dengan menggunakan software SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 25.0, dimana hasil dari pengujian akan digunakan untuk penarikan kesimpulan apakah item pernyataan pada masing-masing variabel penelitian valid dan reliabel.

Uji Validitas

Untuk menguji keakuratan instrumen penelitian maka dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Uji validitas instrumen penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2018). Dalam uji validitas digunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson*. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas adalah:

1. Jika nilai r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pernyataan atau pertanyaan yang diuji pada variabel tersebut dinyatakan valid.
2. Jika nilai r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pernyataan atau pertanyaan yang diuji pada variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji validitas item pernyataan pada variabel independen dan variabel dependen dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} terhadap nilai r_{tabel} . Nilai r_{hitung} dalam penelitian ini didapatkan dari hasil pengujian data menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0, sedangkan nilai r_{tabel} didapatkan dari distribusi Tabel R Pearson. Dengan jumlah sampel

pengujian sebanyak 20 orang, nilai probabilitas sebesar 0,05 dan $DF = N - 2$ ($20 - 2 = 18$), maka nilai r_{tabel} dalam penelitian ini adalah sebesar 0,444. Hasil pengujian validitas instrumen penelitian menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel independen dan variabel dependen dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan nilai r_{hitung} hasil pengujian pada semua item pernyataan lebih besar daripada nilai $r_{tabel} = 0,444$.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test retest, equivalent dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2018). Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan *Koefisien Alpha Cronbach*. *Koefisien Alpha Cronbach* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator yang dapat diterima apabila koefisien $\alpha > 0,60$. Hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian menunjukkan bahwa semua pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel. Hal tersebut dikarenakan nilai *cronbach alpha* hasil pengujian lebih besar dibandingkan nilai *cronbach alpha* standar = 0,60.

Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan suatu metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara dua atau lebih variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Analisis regresi linier berganda juga bisa digunakan untuk memprediksi seberapa besar perubahan pada nilai variabel dependen jika nilai variabel independen berubah. Analisis regresi linier berganda didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2018).

Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

- Y = Minat Menggunakan
- X_1 = Kemudahan Penggunaan
- X_2 = Risiko
- a = Nilai Konstanta
- b = Koefisien arah regresi

Metode analisis regresi berganda dilakukan untuk menilai lebih lanjut signifikansi pengaruh antara variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) secara bersama terhadap variabel dependen (minat menggunakan). Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen (minat menggunakan). Besarnya nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Nilai koefisien determinasi yang mendekati 0 berarti bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi yang mendekati 1 berarti bahwa variabel independen yang terdapat pada model memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dicari dengan menggunakan rumus berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi (R^2)

R = Koefisien Korelasi

Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisa data. Dalam statistik sebuah hasil dapat dikatakan signifikan secara statistik. Uji hipotesis terdiri dari uji parsial dan uji simultan.

1. Uji Parsial (t - Statistik)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) secara parsial (individu) berpengaruh terhadap variabel dependen (minat menggunakan). Dasar pengambilan keputusan untuk penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara parsial antara variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan).
2. Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan).

Uji parsial juga bisa dilakukan dengan melihat nilai signifikansi atau nilai p value. Dasar pengambilan keputusan untuk penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (p value) \leq nilai $\alpha = 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial ada pengaruh signifikan variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan).
2. Jika nilai signifikansi (p value) $>$ nilai $\alpha = 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan).

2. Uji Simultan (F - Statistik)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat menggunakan). Dasar pengambilan keputusan untuk penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $F_{hitung} >$ nilai F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara simultan antara variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan)
2. Jika nilai $F_{hitung} \leq$ nilai F_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan).

Uji simultan juga bisa dilakukan dengan melihat nilai signifikansi atau nilai p value. Dasar pengambilan keputusan untuk penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (p value) \leq nilai $\alpha = 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara simultan ada pengaruh signifikan variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan).
2. Jika nilai signifikansi (p value) $>$ nilai $\alpha = 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya secara simultan tidak ada pengaruh signifikan variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan).

HASIL

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menggunakan

Tanggapan responden terhadap item pernyataan yang ada pada variabel minat menggunakan dapat dilihat rata-rata tanggapan responden terhadap variabel minat menggunakan layanan mobile banking BRImo sebesar 3,55 pada kategori tinggi, mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, nasabah Bank BRI memiliki ketertarikan yang signifikan terhadap layanan mobile banking ini. Angka ini menggambarkan bahwa banyak nasabah merasa tertarik dengan fitur dan kemudahan yang ditawarkan oleh BRImo, dan mereka melihat aplikasi ini sebagai solusi yang memudahkan transaksi perbankan mereka sehari-hari.

Penilaian tertinggi yang muncul pada pernyataan "saya berminat untuk merekomendasikan layanan mobile banking BRImo kepada orang lain" dengan nilai 3,68 menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi, yang secara tidak langsung mencerminkan adanya kepercayaan dan kepuasan terhadap layanan tersebut. Keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain bukan hanya menunjukkan kepuasan nasabah, tetapi juga menunjukkan adanya loyalitas terhadap layanan tersebut. Ketika seseorang merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka lebih cenderung merekomendasikan kepada orang lain, yang dapat meningkatkan adopsi layanan tersebut di kalangan lebih banyak pengguna.

Rekomendasi dari mulut ke mulut, terutama dalam konteks layanan perbankan digital, sangat bernilai karena sebagian besar konsumen lebih mempercayai pengalaman orang lain daripada informasi yang berasal dari iklan atau promosi resmi. Hal ini menunjukkan bahwa BRImo berhasil menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan menarik, yang membuat nasabah merasa percaya diri untuk berbagi pengalaman mereka dengan orang lain. Faktor-faktor yang mendorong hal ini kemungkinan besar terkait dengan kenyamanan penggunaan aplikasi, keandalan sistem, fitur yang memenuhi kebutuhan transaksi harian nasabah, serta tingkat keamanan yang diberikan dalam setiap transaksi digital.

Namun, meskipun minatnya tergolong tinggi, Bank BRI perlu terus memperhatikan berbagai aspek seperti kemudahan navigasi, kecepatan aplikasi, dan peningkatan fitur yang lebih inovatif agar nasabah tidak hanya tertarik untuk menggunakan layanan BRImo, tetapi juga merasa semakin terhubung dan bergantung pada layanan tersebut dalam jangka panjang. Kualitas layanan yang dapat diandalkan, ditambah dengan pengalaman pengguna yang terus diperbarui dan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, akan sangat penting untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan minat serta rekomendasi dari nasabah terhadap BRImo.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa Bank BRI telah berhasil menarik perhatian nasabah terhadap BRImo dan menciptakan minat yang tinggi dalam penggunaan layanan tersebut. Dengan terus menjaga kualitas dan relevansi layanan, BRImo berpotensi untuk memperluas basis penggunaannya lebih jauh lagi.

Meskipun secara umum minat nasabah terhadap layanan mobile banking BRImo berada pada kategori tinggi, ada kekhawatiran terkait dengan ketidakpastian nasabah dalam hal loyalitas terhadap layanan tersebut, terutama ketika ada layanan serupa dari bank lain. Ketidakpastian ini menunjukkan bahwa meskipun nasabah mengakui manfaat dan kenyamanan yang ditawarkan oleh BRImo, mereka mungkin belum merasa sepenuhnya terikat atau yakin untuk tetap menggunakan BRImo sebagai pilihan utama mereka jika ada alternatif lain yang lebih menarik atau menawarkan fitur lebih unggul.

Salah satu alasan utama di balik fenomena ini mungkin terkait dengan tingkat kompetisi yang semakin ketat di sektor perbankan digital. Banyak bank yang kini menyediakan layanan mobile banking yang sangat mirip dengan BRImo, dengan beberapa menawarkan fitur tambahan atau promosi yang lebih menarik. Nasabah yang cenderung

berpindah-pindah antara aplikasi mobile banking dari berbagai bank sering kali mencari fitur yang paling sesuai dengan kebutuhan pribadi mereka, seperti kemudahan penggunaan, biaya transaksi yang lebih rendah, atau keuntungan lainnya seperti program loyalty dan promosi menarik.

Selain itu, ketidakpastian nasabah dalam mempertahankan penggunaan BRImo meskipun ada opsi lain bisa disebabkan oleh kurangnya diferensiasi yang jelas antara BRImo dan layanan mobile banking dari bank lain. Meskipun BRImo mungkin sudah memiliki fitur yang solid, seperti transfer antarbank, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo yang mudah, nasabah mungkin merasa bahwa layanan mobile banking lain juga menawarkan fungsionalitas serupa tanpa perbedaan signifikan. Oleh karena itu, mereka bisa jadi tidak merasa cukup terikat atau tergantung pada BRImo, dan melihat bank lain sebagai alternatif yang setara atau bahkan lebih menguntungkan dalam beberapa aspek.

Faktor lain yang dapat memengaruhi ketidakpastian ini adalah kurangnya penawaran khusus yang memikat nasabah untuk tetap setia menggunakan BRImo, seperti fitur personalisasi, kemudahan integrasi dengan layanan keuangan lainnya, atau program promosi dan reward yang lebih menarik. Jika bank lain menawarkan keuntungan yang lebih besar atau pengalaman pengguna yang lebih baik, nasabah mungkin merasa terdorong untuk beralih.

Dalam hal ini, untuk meningkatkan loyalitas nasabah terhadap BRImo, Bank BRI perlu lebih memperhatikan aspek diferensiasi dan inovasi dalam layanan mobile banking mereka. Penekanan pada keunggulan layanan, seperti keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, dan fitur-fitur yang lebih mengakomodasi kebutuhan nasabah, dapat meningkatkan keyakinan mereka untuk terus menggunakan BRImo meskipun ada pilihan lain di pasar. Selain itu, Bank BRI juga dapat memperkenalkan program loyalitas atau fitur tambahan yang memberikan keuntungan lebih bagi nasabah setia, sehingga mereka merasa lebih dihargai dan memiliki alasan kuat untuk tetap menggunakan BRImo sebagai pilihan utama.

Terdapat perbedaan persepsi responden terhadap minat menggunakan layanan mobile banking BRImo pada saat observasi awal dengan persepsi responden setelah penelitian utama dilakukan, dimana pada saat observasi awal minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BRImo berada pada kategori rendah atau kurang baik, sedangkan setelah dilakukan penelitian utama minat nasabah menggunakan layanan mobile banking BRImo ada pada kategori tinggi. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya adalah jumlah sampel yang digunakan pada survei awal terlalu kecil atau tidak mewakili populasi secara keseluruhan, maka hasilnya bisa kurang akurat dan cenderung menunjukkan minat rendah yang mungkin tidak mencerminkan kondisi sebenarnya. Selain itu, dalam pra-penelitian, responden yang belum memiliki pengalaman atau informasi cukup mengenai BRImo bisa memberikan jawaban yang lebih skeptis. Namun, ketika penelitian utama dilakukan dengan sampel yang lebih besar dan representatif, serta dengan adanya edukasi atau pengalaman langsung, persepsi dan minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BRImo menjadi tinggi.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan

Tanggapan responden terhadap item pernyataan yang ada pada variabel kemudahan penggunaan dapat dilihat rata-rata nilai jawaban responden terhadap variabel kemudahan penggunaan layanan mobile banking BRImo sebesar 3,69, menunjukkan bahwa nasabah Bank BRI secara umum merasa bahwa penggunaan BRImo sangat mudah dan intuitif. Nilai ini, yang berada pada kategori tinggi, mencerminkan bahwa sebagian besar nasabah merasa nyaman dan tidak kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur yang ada dalam aplikasi tersebut. Hal ini menjadi indikasi bahwa Bank BRI telah berhasil merancang aplikasi mobile

banking yang *user-friendly* dan dapat dengan mudah diakses oleh beragam kelompok usia dan latar belakang.

Keberhasilan dalam menciptakan kemudahan penggunaan ini sangat penting, terutama dalam konteks digital banking yang semakin berkembang pesat. Nasabah yang merasa bahwa aplikasi mobile banking BRImo mudah digunakan cenderung lebih loyal dan akan terus menggunakannya, karena mereka tidak perlu menghadapi hambatan teknis yang rumit. Selain itu, persepsi kemudahan ini dapat meningkatkan tingkat adopsi, di mana nasabah baru akan lebih cepat mengadopsi teknologi jika mereka merasa bahwa proses penggunaannya tidak akan membingungkan atau memakan waktu.

Kenyataan bahwa nasabah merasa semua fitur dalam BRImo jelas dan mudah dipahami mengindikasikan bahwa desain antarmuka aplikasi tersebut telah diperhatikan dengan baik. Penggunaan ikon yang mudah dimengerti, navigasi yang logis, serta instruksi atau panduan yang jelas sangat berperan dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif. Hal ini penting karena pengguna yang merasa nyaman dan yakin dalam mengoperasikan aplikasi akan lebih sering menggunakannya, sehingga meningkatkan frekuensi dan volume transaksi.

Pernyataan nasabah yang menyatakan bahwa "semua fitur sangat mudah digunakan" menguatkan gambaran bahwa BRImo telah berhasil menghadirkan fitur-fitur yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan nasabah tanpa memunculkan kompleksitas yang membingungkan. Ini juga berarti bahwa Bank BRI telah memahami pentingnya kesederhanaan dalam desain produk digital, yang menjadi nilai jual utama dalam industri perbankan digital. Dalam dunia yang serba cepat ini, nasabah menginginkan akses yang cepat dan praktis, dan BRImo tampaknya berhasil memenuhi kebutuhan tersebut.

Namun, meskipun kemudahan penggunaan berada pada kategori tinggi, Bank BRI tetap perlu melakukan evaluasi berkelanjutan untuk memastikan bahwa aplikasi tetap relevan dan mudah digunakan seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah. Perubahan dalam kebiasaan atau ekspektasi nasabah dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan, sehingga pembaruan berkala dan penambahan fitur yang semakin memudahkan penggunaan aplikasi harus terus diperhatikan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa Bank BRI telah menciptakan sebuah platform mobile banking yang efektif dan mudah diakses oleh nasabahnya. Keberhasilan dalam kemudahan penggunaan ini dapat menjadi fondasi yang kuat untuk meningkatkan kepuasan nasabah, mendorong adopsi yang lebih luas, serta memperkuat loyalitas nasabah terhadap layanan BRImo di masa depan.

Meskipun secara umum kemudahan penggunaan layanan mobile banking BRImo berada pada kategori tinggi, Bank BRI tetap perlu memperhatikan aspek kemudahan penggunaan dan kemudahan nasabah dalam mempelajari fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi tersebut. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa meskipun sebagian besar nasabah merasa aplikasi ini mudah digunakan, masih ada sebagian kecil nasabah yang merasa kesulitan, baik dalam menggunakan layanan maupun mempelajari fitur-fitur yang ada di dalamnya.

Kehadiran sebagian nasabah yang kesulitan ini menunjukkan bahwa ada kemungkinan kesenjangan antara persepsi mayoritas nasabah yang merasa aplikasi ini mudah digunakan dan kenyataan bahwa tidak semua pengguna memiliki tingkat kenyamanan atau pengetahuan yang sama dalam menggunakan teknologi. Kelompok nasabah yang mengalami kesulitan ini bisa terdiri dari mereka yang kurang terbiasa dengan teknologi, seperti nasabah yang lebih tua, atau mereka yang tidak memiliki pengalaman dalam menggunakan aplikasi mobile banking secara rutin. Selain itu, meskipun desain aplikasi telah dioptimalkan untuk kemudahan penggunaan, masih ada kemungkinan beberapa fitur tertentu yang tidak sepenuhnya intuitif atau memerlukan pemahaman lebih dalam.

Fitur-fitur yang kompleks atau tidak sepenuhnya jelas, meskipun mungkin mudah digunakan bagi pengguna yang lebih berpengalaman, dapat membingungkan bagi sebagian nasabah yang baru pertama kali mencoba atau yang tidak terbiasa dengan teknologi digital. Ini bisa mencakup hal-hal seperti pemilihan menu, navigasi antar fitur, atau pengaturan yang terlalu banyak. Meskipun ada panduan atau instruksi dalam aplikasi, beberapa nasabah mungkin merasa bahwa informasi tersebut tidak cukup jelas atau tidak mudah ditemukan, yang menyebabkan mereka kesulitan memahami cara mengoperasikan fitur-fitur tertentu.

Selain itu, faktor keamanan juga dapat berperan dalam tingkat kesulitan nasabah menggunakan BRImo. Beberapa nasabah mungkin merasa cemas atau ragu untuk melakukan transaksi atau mengakses fitur tertentu karena mereka merasa tidak sepenuhnya memahami langkah-langkah yang diperlukan untuk menjaga keamanan akun mereka. Jika aspek keamanan dalam aplikasi tidak diatur dengan cara yang sangat jelas dan transparan, ini bisa menambah tingkat ketidaknyamanan nasabah dalam menggunakan aplikasi.

Bank BRI perlu terus memperhatikan *feedback* dari nasabah yang merasa kesulitan ini dan mengidentifikasi area-area yang mungkin masih menjadi tantangan bagi mereka. Salah satu cara untuk meningkatkan kemudahan penggunaan adalah dengan terus menyempurnakan antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX). Bank BRI dapat melakukan survei atau uji coba penggunaan untuk memahami lebih dalam apa saja bagian aplikasi yang dirasa sulit atau membingungkan. Selain itu, Bank BRI dapat memperkenalkan lebih banyak tutorial interaktif atau panduan video yang lebih mudah diakses oleh nasabah, sehingga mereka dapat dengan cepat mempelajari cara menggunakan aplikasi dengan baik tanpa merasa kebingungan.

Selain itu, Bank BRI juga dapat memberikan layanan pelanggan yang lebih responsif, seperti live chat atau bantuan langsung dari petugas yang siap membantu nasabah yang mengalami kesulitan. Hal ini akan memberikan rasa aman kepada nasabah dan memastikan bahwa mereka tidak merasa ditinggalkan atau kesulitan dalam menggunakan aplikasi.

Terdapat perbedaan persepsi responden terhadap kemudahan penggunaan layanan mobile banking BRImo, dimana pada saat observasi awal persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan layanan mobile banking BRImo ada pada kategori rendah atau sulit, sedangkan setelah dilakukan penelitian utama persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan layanan mobile banking BRImo ada pada kategori tinggi atau mudah. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya adalah jumlah sampel yang digunakan pada survei awal mungkin terlalu kecil atau tidak mewakili populasi secara keseluruhan, maka hasilnya bisa kurang akurat dan cenderung menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan layanan mobile banking BRImo ada pada kategori rendah atau sulit yang mungkin tidak mencerminkan kondisi sebenarnya. Selain itu, pada saat survei awal, persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan BRImo cenderung rendah dikarenakan minimnya pengalaman, kurangnya pemahaman mengenai fitur, serta kemungkinan adanya stigma bahwa layanan mobile banking sulit digunakan. Namun, setelah penelitian utama dilakukan, nasabah mendapatkan lebih banyak informasi, edukasi, atau bahkan pengalaman langsung dalam menggunakan BRImo, sehingga persepsi mereka berubah menjadi lebih positif dan menilai bahwa layanan mobile banking BRImo lebih mudah digunakan.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Risiko

Tanggapan responden terhadap item pernyataan yang ada pada variabel risiko dapat dilihat nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel risiko sebesar 3,69 mengindikasikan bahwa nasabah Bank BRI memiliki persepsi yang tinggi terhadap risiko terkait dengan penggunaan layanan mobile banking BRImo. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun secara keseluruhan nasabah tertarik untuk menggunakan BRImo, mereka juga

menyadari adanya potensi risiko yang mungkin muncul dalam penggunaan layanan ini, baik itu dari segi keamanan data, potensi penipuan, atau ketergantungan pada teknologi.

Nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan yang menyebutkan bahwa nasabah berpikir tentang risiko yang harus mereka tanggung kedepannya jika menggunakan layanan mobile banking BRImo menunjukkan bahwa faktor keamanan menjadi pertimbangan utama bagi sebagian besar nasabah. Kesadaran tentang potensi ancaman seperti pencurian data, peretasan akun, atau penyalahgunaan informasi pribadi adalah alasan utama di balik risiko yang tinggi ini. Nasabah, terutama yang kurang terbiasa dengan teknologi digital, mungkin merasa cemas mengenai kerentanannya terhadap kejahatan siber yang dapat terjadi melalui aplikasi mobile banking.

Kekhawatiran akan risiko ini dapat memperlambat adopsi layanan mobile banking, bahkan bagi mereka yang sudah tertarik dengan kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi. Meskipun Bank BRI telah berupaya untuk memastikan bahwa sistem keamanan aplikasi BRImo cukup kuat, adanya risiko yang tinggi menunjukkan bahwa ada ruang untuk meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah. Nasabah yang merasa khawatir dengan masalah keamanan cenderung lebih berhati-hati dalam mengadopsi teknologi baru, meskipun mereka sudah menyadari manfaatnya.

Selain masalah keamanan, faktor lain yang mungkin mempengaruhi risiko adalah ketidakpastian terkait keandalan aplikasi itu sendiri. Beberapa nasabah mungkin khawatir tentang kegagalan teknis yang dapat mengganggu transaksi mereka, seperti aplikasi yang crash atau tidak bisa diakses pada saat yang penting. Selain itu, mereka juga mungkin khawatir dengan potensi kehilangan uang atau kesalahan transaksi yang mungkin terjadi jika ada masalah dalam aplikasi, seperti transfer yang gagal atau saldo yang tidak tercatat dengan benar.

Di sisi lain, risiko yang tinggi juga dapat berhubungan dengan ketergantungan pada teknologi. Nasabah yang lebih nyaman dengan transaksi perbankan secara konvensional mungkin merasa bahwa beralih ke mobile banking menambah kompleksitas atau menambah potensi masalah, terutama jika mereka tidak terbiasa dengan teknologi atau khawatir tentang potensi kehilangan akses ke layanan jika terjadi masalah teknis.

Untuk mengatasi masalah risiko ini, Bank BRI perlu meningkatkan upaya edukasi kepada nasabah terkait dengan keamanan layanan mobile banking BRImo. Menyediakan informasi yang lebih jelas mengenai langkah-langkah keamanan yang diterapkan dalam aplikasi, seperti enkripsi data, otentikasi dua faktor, dan perlindungan terhadap peretasan, dapat membantu mengurangi kekhawatiran nasabah. Selain itu, Bank BRI juga bisa menawarkan panduan atau tutorial yang mengajarkan nasabah tentang cara melindungi akun mereka, serta memberikan informasi transparan tentang apa yang harus dilakukan jika mereka mengalami masalah atau penipuan.

Penting juga bagi Bank BRI untuk terus meningkatkan dan memperbarui sistem keamanan mereka secara berkala, serta menjaga aplikasi agar tetap bebas dari bug atau masalah teknis yang bisa menambah kekhawatiran nasabah. Keandalan aplikasi, baik dari segi teknis maupun keamanan, akan memberikan rasa aman yang lebih besar bagi nasabah dan mengurangi risiko yang ada.

Secara keseluruhan, meskipun minat nasabah terhadap penggunaan layanan mobile banking BRImo tinggi, risiko yang cukup besar menunjukkan bahwa Bank BRI perlu lebih fokus pada upaya mengurangi kecemasan nasabah terhadap potensi risiko yang terkait dengan penggunaan aplikasi. Dengan mengedepankan keamanan yang lebih transparan dan memberikan dukungan yang lebih jelas, Bank BRI dapat membangun kepercayaan lebih besar dan memperkuat adopsi layanan mobile banking BRImo di kalangan nasabahnya.

Persepsi nasabah terhadap risiko dari menggunakan layanan mobile banking BRImo pada saat dilakukan observasi awal dengan persepsi nasabah setelah dilakukan penelitian utama tetap sama yaitu berada pada kategori tinggi. Pada saat survei awal, persepsi nasabah

terhadap risiko penggunaan BRImo berada pada kategori tinggi dikarenakan kurangnya pengetahuan dan adanya kekhawatiran terhadap keamanan data, potensi fraud, potensi penipuan, serta risiko teknis seperti kegagalan transaksi. Setelah penelitian utama dilakukan, meskipun pemahaman dan pengalaman nasabah terhadap layanan mobile banking BRImo meningkat, faktor risiko yang melekat pada mobile banking, seperti ancaman siber, potensi penipuan, dan kebocoran data, tetap menjadi perhatian utama nasabah sehingga persepsi nasabah terhadap risiko menggunakan layanan mobile banking BRImo tetap tinggi meskipun nasabah sudah memahami bagaimana cara kerja dari layanan mobile banking BRImo.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan) secara serentak atau bersama-sama. Selain itu, analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.030	2.736		4.032	.000
	Kemudahan Penggunaan	.571	.096	.597	5.959	.000
	Risiko	-.473	.121	-.391	-3.908	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.12 di atas didapatkan persamaan regresi linear berganda antara kemudahan penggunaan, risiko, dan minat menggunakan sebagai berikut :

$$Y = 11,030 + 0,571 X_1 - 0,473 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1.) Nilai konstanta 11,030 mempunyai arti bahwa apabila kemudahan penggunaan (X_1) dan risiko (X_2) nilainya adalah nol, maka minat menggunakan nilainya tetap 11,030.
- 2.) Koefisien regresi kemudahan penggunaan (X_1) sebesar 0,571 mempunyai arti bahwa jika nilai variabel kemudahan penggunaan (X_1) naik satu satuan maka nilai minat menggunakan (Y) akan naik sebesar 0,571 dengan asumsi variabel risiko (X_2) nilainya tetap.
- 3.) Koefisien regresi risiko (X_2) sebesar -0,473 mempunyai arti bahwa jika nilai variabel risiko (X_2) naik satu satuan maka nilai minat menggunakan (Y) akan turun sebesar -0,473 dengan asumsi variabel kemudahan penggunaan (X_1) nilainya tetap.

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dalam dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen kemudahan penggunaan (X_1) dan risiko (X_2) secara bersama terhadap variabel dependen minat menggunakan (Y). Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variabel independen kemudahan penggunaan (X_1) dan risiko (X_2) yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi

variabel dependen minat menggunakan (Y). Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel out put hasil analisis regresi linear berganda berikut ini:

Tabel 4
Nilai Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 ^a	.865	.864	.544

a. Predictors: (Constant), Risiko, Kemudahan Penggunaan

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2025

Dari Tabel 4.14 di atas diperoleh nilai R Square (R²) sebesar 0.865. Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen kemudahan penggunaan (X₁) dan risiko (X₂) terhadap variabel dependen minat menggunakan (Y) adalah sebesar 86,5%. Atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (kemudahan penggunaan dan risiko) mampu menjelaskan sebesar 86,5% variasi variabel dependen (minat menggunakan). Sedangkan sisanya 13,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model atau tidak diteliti.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara atau dugaan sementara yang dibuat oleh penulis sebelum melakukan penelitian dengan mengacu pada teori dan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh peneliti lain. Oleh karena itu, pada bagian ini hipotesis yang sudah dirumuskan oleh penulis pada bab sebelumnya akan diuji untuk menentukan apakah hasil penelitian menerima atau justru menolak hipotesis penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu pengujian secara parsial dilakukan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan pengujian secara simultan dilakukan untuk melihat pengaruh antara variabel independen secara bersama sama terhadap variabel dependen. Hasil pengujian hipotesis akan dijelaskan satu persatu beriku ini:

1. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) secara parsial (individu) berpengaruh terhadap variabel dependen (minat menggunakan). Hasil uji parsial dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel *coefficients^a* out put analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 25.0 *for window* berikut ini:

Tabel 5
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.030	2.736		4.032	.000
	Kemudahan Penggunaan	.571	.096	.597	5.959	.000
	Risiko	-.473	.121	-.391	-3.908	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat dijelaskan hasil pengujian masing-masing variabel penelitian sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian pada variabel kemudahan penggunaan didapatkan nilai $t_{hitung} = 5,959 >$ nilai $t_{tabel} = 1,666$ atau $Sig = 0.000 <$ nilai $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan (X_1) terhadap minat menggunakan (Y).
2. Dari hasil pengujian pada variabel risiko didapatkan nilai $t_{hitung} = 3,908 >$ nilai $t_{tabel} = 1.666$ atau $Sig = 0.000 <$ nilai $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara risiko (X_2) terhadap minat menggunakan (Y).

2. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji secara simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (minat menggunakan). Hasil uji simultan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel *Anova*^b out put analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 25.0 *for window* berikut ini:

Tabel 6
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	604.804	2	302.402	1023.143	.000 ^b
	Residual	21.872	74	.296		
	Total	626.675	76			
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan						
b. Predictors: (Constant), Risiko, Kemudahan Penggunaan						

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2024

Berdasarkan Tabel 4.15 hasil analisis regresi linier berganda di atas didapatkan nilai $F_{hitung} = 1023,143 >$ nilai $F_{tabel} = 3.12$ atau $Sig = 0.000 <$ nilai $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara bersama sama terdapat pengaruh signifikan kemudahan penggunaan (X_1) dan risiko (X_2) terhadap minat menggunakan (Y).

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data primer yang didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank BRI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan, didapatkan informasi mengenai tanggapan nasabah terhadap variabel kemudahan penggunaan (X_1), risiko (X_2), dan minat menggunakan serta pengaruh antara variabel independen (kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel dependen (minat menggunakan). Pada sub bab ini akan dijabarkan hasil temuan atau hasil analisis data penelitian dimulai dengan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sampai dengan pengaruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memainkan peran penting dalam memengaruhi minat nasabah Bank BRI Cabang Kota Manna, Bengkulu Selatan, untuk menggunakan layanan mobile banking. Hubungan positif dan signifikan ini menegaskan bahwa persepsi kemudahan tidak hanya menjadi atribut teknis tetapi juga menjadi faktor psikologis yang memotivasi pengguna dalam mengadopsi teknologi.

Ketika nasabah merasakan bahwa layanan mobile banking mudah digunakan, mereka cenderung lebih percaya diri dalam mencoba dan memanfaatkan teknologi tersebut. Kemudahan penggunaan dapat mencakup berbagai aspek, seperti antarmuka yang intuitif,

navigasi yang sederhana, responsivitas aplikasi, serta proses yang tidak membutuhkan langkah-langkah yang kompleks. Bagi nasabah yang mungkin baru mengenal layanan berbasis teknologi, kemudahan ini menjadi kunci utama untuk mengatasi resistensi awal terhadap perubahan dari layanan perbankan konvensional ke digital.

Fakta bahwa minat menggunakan layanan meningkat seiring dengan peningkatan persepsi kemudahan menunjukkan pentingnya pendekatan yang berfokus pada pengguna dalam merancang layanan mobile banking. Hal ini memberikan implikasi praktis bagi Bank BRI, khususnya dalam meningkatkan desain, edukasi, dan komunikasi layanan digital. Sebagai contoh, program pelatihan atau sosialisasi yang menjelaskan langkah-langkah penggunaan layanan secara sederhana dapat memperkuat persepsi kemudahan di kalangan nasabah, terutama mereka yang memiliki tingkat literasi digital yang lebih rendah.

Lebih jauh lagi, hubungan ini dapat dipandang sebagai peluang strategis bagi Bank BRI untuk memperluas basis pengguna mobile banking di Kota Manna. Dengan memperhatikan persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan, bank dapat menciptakan pengalaman yang lebih baik dan mendorong loyalitas nasabah. Misalnya, fitur-fitur yang sering digunakan oleh nasabah dapat disederhanakan dalam aksesnya, sementara informasi pendukung seperti tutorial atau layanan bantuan langsung dapat disediakan untuk mendukung pengalaman pengguna.

Namun, perlu juga dipertimbangkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berdiri sendiri. Faktor lain, seperti kepercayaan terhadap keamanan aplikasi, persepsi manfaat, dan kepuasan terhadap layanan, juga dapat memengaruhi minat pengguna. Oleh karena itu, meskipun kemudahan penggunaan memberikan kontribusi signifikan, pendekatan holistik yang mencakup berbagai aspek layanan tetap diperlukan untuk meningkatkan minat secara maksimal.

Secara keseluruhan, temuan ini menggarisbawahi bahwa semakin baik nasabah memandang layanan mobile banking sebagai sesuatu yang mudah digunakan, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mengadopsinya. Hal ini memberikan peluang bagi Bank BRI untuk terus meningkatkan inovasi dan pendekatan berbasis pengguna, sehingga memperkuat daya saingnya dalam dunia perbankan digital yang semakin berkembang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Jugiyanto (2019), yang menyatakan kemudahan penggunaan adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan teknologi informasi, termasuk mobile banking. Pemahaman ini mengacu pada *Technology Acceptance Model* (TAM), sebuah teori yang sering digunakan untuk menganalisis penerimaan teknologi baru oleh penggunanya. Kemudahan penggunaan mobile banking memainkan peran penting dalam mendorong minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Semakin mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakannya, baik secara langsung melalui persepsi kemudahan, maupun tidak langsung melalui persepsi manfaat.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Amijaya (2020), yang menyatakan kemudahan penggunaan akan berdampak pada perilaku seseorang dalam menggunakan sebuah produk, dimana semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan sebuah produk teknologi maka minat dan keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut juga akan semakin tinggi. Cheong & Park (2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* menjadi faktor yang mempengaruhi secara signifikan niat untuk menggunakan *mobile commerce*. Menurut Pousttchi & Weidemann (2011) *perceived ease of use* memiliki dampak yang signifikan terhadap niat menggunakan. *Perceived ease of use* mempengaruhi sikap individu dalam menggunakan layanan mobile banking (Sulistiyarini, 2013).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lutfiah *et al.* (2023), yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking. Mahasiswa yang memiliki persepsi

kemudahan dalam penggunaan layanan mobile banking dalam kategori tinggi, akan cenderung memiliki minat yang tinggi juga untuk menggunakan layanan mobile banking.

Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Mukuan *et al.* (2021) dimana hasil penelitian menemukan bahwa secara statistik terdapat pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan mobile banking. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking, maka minat mahasiswa untuk menggunakan layanan mobile banking juga akan semakin tinggi dan sebaliknya.

Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa risiko memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking BRImo di kalangan nasabah Bank BRI Cabang Kota Manna, Bengkulu Selatan. Temuan ini menegaskan bahwa risiko merupakan salah satu hambatan utama dalam adopsi teknologi keuangan digital. Semakin tinggi risiko yang dirasakan nasabah, semakin kecil kemungkinan mereka untuk tertarik atau termotivasi menggunakan layanan tersebut.

Risiko mencakup berbagai aspek, seperti kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi, potensi kerugian finansial akibat kesalahan teknis atau pencurian data, serta ketidakpastian terkait keandalan teknologi. Dalam konteks layanan mobile banking BRImo, faktor-faktor ini bisa jadi diperparah oleh kurangnya edukasi teknologi atau pengalaman negatif sebelumnya, baik dari nasabah sendiri maupun dari orang-orang di sekitar mereka. Kekhawatiran ini dapat menciptakan hambatan psikologis yang sulit diatasi tanpa intervensi strategis dari pihak bank.

Temuan ini memberikan implikasi penting bagi Bank BRI. Untuk meningkatkan minat menggunakan BRImo, bank perlu mengidentifikasi dan mengatasi sumber utama risiko di kalangan nasabahnya. Langkah-langkah seperti meningkatkan keamanan aplikasi melalui fitur-fitur seperti otentikasi dua faktor, enkripsi data yang kuat, serta transparansi dalam pengelolaan privasi nasabah dapat membantu mengurangi kekhawatiran ini. Selain itu, komunikasi yang jelas dan efektif mengenai langkah-langkah keamanan yang diambil oleh bank juga penting untuk membangun kepercayaan nasabah.

Selain aspek teknis, edukasi nasabah juga memegang peranan penting dalam menurunkan risiko. Banyak nasabah yang mungkin tidak sepenuhnya memahami bagaimana teknologi bekerja atau merasa ragu terhadap kemampuan mereka untuk menggunakan layanan ini dengan aman. Dengan menyediakan pelatihan, panduan penggunaan, atau bahkan demo interaktif, bank dapat membantu nasabah merasa lebih nyaman dan percaya diri dalam menggunakan layanan BRImo.

Lebih jauh lagi, pengalaman positif dari pengguna lain dapat berfungsi sebagai sarana pengurangan risiko secara tidak langsung. Jika bank berhasil mendorong nasabah yang puas untuk berbagi pengalaman mereka, baik melalui testimoni langsung maupun ulasan di platform digital, hal ini dapat membantu menurunkan kekhawatiran nasabah potensial lainnya.

Namun, penting untuk dicatat bahwa risiko bersifat subjektif dan dapat bervariasi antarindividu. Oleh karena itu, Bank BRI perlu melakukan pendekatan yang personal dan berbasis data untuk mengidentifikasi kelompok nasabah yang paling rentan terhadap risiko tinggi dan merancang solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

Secara keseluruhan, temuan ini menyoroti bahwa risiko merupakan hambatan yang signifikan dalam adopsi mobile banking BRImo. Dengan mengatasi kekhawatiran ini melalui pendekatan yang strategis, holistik, dan berorientasi pada nasabah, Bank BRI dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan penggunaan layanan digitalnya di Kota Manna.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Cakra (2021), yang menyatakan risiko merupakan faktor utama yang memengaruhi adopsi konsumen serta

kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan digital banking. Pride & Ferrel (2015), juga menyatakan bahwa risiko merupakan bagian dari faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli atau menggunakan suatu produk. Dua alasan penting mengapa seseorang tidak berminat menggunakan produk atau aplikasi digital yang berbasis internet adalah dikarenakan persepsi seseorang terhadap masalah keamanan dan masalah privasi individu pada saat menggunakan layanan digital maupun setelah menggunakan layanan digital atau mobile banking. Persepsi konsumen terhadap risiko ini tingkatannya bervariasi dari rendah hingga tinggi, tergantung dari faktor individual konsumen, produk, situasi dan faktor budaya.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Nalyi (2015), yang menyatakan risiko mengukur kekhawatiran konsumen tentang keamanan informasi pribadi, jika konsumen merasa bahwa risiko ancaman keamanan privasi tinggi ketika menggunakan sebuah produk, maka besar kemungkinan konsumen tersebut tidak akan menggunakan produk digital tersebut. Analisis ini relevan karena menunjukkan bahwa risiko tidak hanya memengaruhi kepercayaan konsumen tetapi juga secara langsung menghambat niat mereka untuk menggunakan produk digital. Hal ini memberikan implikasi strategis bagi penyedia layanan untuk memastikan bahwa keamanan dan perlindungan privasi menjadi prioritas utama. Transparansi dalam pengelolaan data, komunikasi risiko yang efektif, serta penerapan fitur keamanan seperti enkripsi dan autentikasi dua faktor, dapat membantu menurunkan risiko dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Trinh & Vuong (2020), menemukan bahwa risiko memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking memberikan wawasan mendalam tentang pentingnya mengelola persepsi pengguna dalam pengadopsian teknologi finansial. Studi ini menyoroti bahwa meskipun layanan mobile banking menawarkan banyak keuntungan, seperti kemudahan dan efisiensi, risiko yang tinggi dapat menjadi hambatan utama bagi nasabah untuk memanfaatkannya.

Risiko dalam konteks ini mencakup kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi, kemungkinan terjadinya penipuan atau kebocoran informasi finansial, serta keraguan terhadap keandalan teknologi yang digunakan. Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen, seperti Technology Acceptance Model (TAM), yang mengindikasikan bahwa faktor risiko dapat mengurangi kepercayaan dan minat dalam mengadopsi teknologi baru.

Hasil penelitian yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian More & Suprapti (2022), yang menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan layanan mobile banking. Nasabah yang memiliki persepsi yang tinggi terhadap kerugian, kehilangan, dan keamanan dalam penggunaan layanan mobile banking akan memiliki minat yang rendah untuk menggunakan layanan mobile banking. Mukuan *et al.* (2021), dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi nasabah terhadap risiko dari penggunaan layanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Nasabah yang hasil penilaiannya terhadap risiko penggunaan mobile banking dirasa aman dari risiko yang nyata, risiko kerugian, risiko keamanan data pribadi, dan risiko kegagalan sistem yang rendah ketika menggunakan layanan mobile banking akan cenderung tertarik dan berminat untuk menggunakan layanan mobile banking.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan kemudahan penggunaan dan risiko terhadap minat menggunakan layanan mobile banking, mengindikasikan adanya hubungan yang kompleks antara faktor-faktor tersebut dalam

menentukan keputusan pengguna untuk mengadopsi atau menggunakan suatu produk atau layanan.

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) adalah faktor yang sangat penting dalam memotivasi pengguna untuk mengadopsi teknologi atau layanan baru. Ketika pengguna merasa bahwa produk atau layanan mudah dipahami dan digunakan tanpa kesulitan berarti, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya. Kemudahan penggunaan memberikan rasa nyaman bagi pengguna, mengurangi hambatan yang mungkin ada, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan. Oleh karena itu, persepsi kemudahan penggunaan cenderung memiliki pengaruh positif terhadap minat pengguna.

Sebaliknya, risiko (*risk*) mencakup kekhawatiran pengguna terhadap potensi masalah atau kerugian yang mungkin timbul dari penggunaan layanan, seperti kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi, kerugian finansial, atau risiko lainnya yang mungkin terkait dengan produk atau teknologi yang digunakan. Jika risiko tinggi, maka pengguna mungkin merasa enggan untuk menggunakan layanan tersebut, yang mengarah pada penurunan minat mereka untuk mengadopsinya.

Namun, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruh dari kedua faktor tersebut bersifat interdependen. Artinya, meskipun kemudahan penggunaan dapat meningkatkan minat menggunakan layanan, risiko yang tinggi dapat menurunkan minat tersebut, bahkan jika layanan tersebut mudah digunakan. Sebaliknya, meskipun pengguna merasa nyaman dengan kemudahan penggunaan, mereka mungkin tetap ragu untuk mengadopsi layanan jika mereka merasa ada risiko yang terkait.

Untuk memitigasi dampak negatif dari risiko, penyedia layanan perlu melakukan langkah-langkah untuk meningkatkan kepercayaan pengguna, seperti meningkatkan keamanan layanan, menjamin privasi pengguna, dan memberikan edukasi yang jelas mengenai cara kerja sistem tersebut. Ini akan membantu menurunkan risiko, memungkinkan kemudahan penggunaan untuk lebih efektif dalam meningkatkan minat pengguna.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menyarankan bahwa kedua variabel kemudahan penggunaan dan risiko berperan penting dalam menentukan minat penggunaan layanan. Untuk meningkatkan adopsi, perlu dilakukan pendekatan yang mengoptimalkan kemudahan penggunaan dan secara bersamaan mengurangi risiko melalui langkah-langkah mitigasi yang dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut..

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Jugiyanto (2019), yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan risiko memainkan peran penting dalam memengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking. Mengacu pada *technology acceptance model* (TAM) yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan teknologi akan mengurangi usaha yang diperlukan. Jika nasabah merasa bahwa mobile banking mudah dipelajari dan digunakan, ini akan meningkatkan minat mereka untuk mengadopsi layanan tersebut.

Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar minat individu untuk menggunakannya. Hal ini karena kemudahan penggunaan secara langsung meningkatkan persepsi manfaat (*perceived usefulness*), yang pada akhirnya mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan mobile banking. Antarmuka aplikasi yang sederhana dan proses transaksi yang cepat meningkatkan kemudahan penggunaan, yang mendorong nasabah untuk lebih sering menggunakan aplikasi.

Risiko menurut Jugiyanto (2019) adalah sejauh mana nasabah merasa khawatir atau takut akan adanya potensi kerugian ketika menggunakan layanan mobile banking. Risiko ini mencakup aspek-aspek seperti keamanan data, privasi informasi, dan kemungkinan kehilangan uang akibat kesalahan atau penipuan dalam transaksi digital. Semakin tinggi risiko yang dirasakan oleh nasabah, semakin kecil kemungkinan mereka akan tertarik menggunakan mobile banking. Ketakutan terkait keamanan data atau risiko kehilangan uang dapat menjadi hambatan signifikan dalam adopsi teknologi ini. Risiko yang tinggi dapat membuat nasabah enggan untuk

mengalihkan transaksi ke mobile banking meskipun mereka menyadari kemudahan yang ditawarkan. Misalnya, nasabah yang khawatir terhadap potensi peretasan atau penyalahgunaan data pribadi akan lebih memilih metode perbankan yang lebih konvensional meskipun lebih rumit.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Cakra (2021) menemukan bahwa secara simultan kemudahan penggunaan dan risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Berdasarkan pengujian koefisien determinasi didapatkan nilai R Square sebesar 0,771, hal tersebut berarti bahwa pengaruh yang diberikan oleh kemudahan penggunaan dan risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking adalah sebesar 77,1% dan 22,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Sati & Ramaditya (2020), yang menemukan bahwa secara simultan kemudahan penggunaan dan risiko penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan risiko mempengaruhi 73,1% minat konsumen dalam menggunakan e-money.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kemudahan penggunaan dan risiko terhadap minat menggunakan layanan mobile banking, dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking pada nasabah bank BRI Cabang Kota Manna Bengkulu Selatan.
2. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan risiko terhadap minat menggunakan layanan mobile banking pada nasabah bank BRI Cabang Kota Manna Bengkulu Selatan.
3. Terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama kemudahan penggunaan dan risiko terhadap minat menggunakan layanan mobile banking pada nasabah bank BRI Cabang Kota Manna Bengkulu Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amijaya, G.R.. (2020). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)". *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Anwar, M.F. (2018) Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Salatiga). *Jurnal E-Repository, Universitas Islam Negeri Salatiga*.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia. (2019). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2019*. Perpustakaan Nasional RI. 47-50.
- Cakra, S.D.P. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(6), 530-538.

- Cheong, J., & Park, M. C. (2005). Mobile Internet Acceptance In Korea. *Internet Research*, 15(2), 125–140.
- DataIndonesia.id. (2022). APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022. Retrieved December 29, 2022, from <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>.
- Davis, F. D. (2016). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Davis, G.B. (2016). *Kerangka Dasar: Sistem Informasi Manajemen, Bagian I Pengantar. Seri Manajemen No. 90-A. Cetakan Kedua Belas*. Jakarta: PT. Pustaka Binawan Pressindo.
- Davis, G.B. (2016). *Kerangka Dasar: Sistem Informasi Manajemen, Bagian I Pengantar. Seri Manajemen No. 90-A. Cetakan Kedua Belas*. Jakarta: PT. Pustaka Binawan Pressindo.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas. Diponegoro. Semarang.
- Fimansyah, M.A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2014). *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hadi, S., & Novi. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis OPTIMUM*, 5(1).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Cetakan 1. Yogyakarta: CAPS.
- Herman, D. (2013). *Manajemen Risiko*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Imanullah, M., Onsardi, O., Toyib, R., Hidayat, M. T., Wahyudi, I., Abimanyu, A., & Susanto, A. (2021). Pengenalan Website Sekolah Dasar Muhammadiyah 1 Unggulan Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Pembelajaran Dan Promosi Sekolah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 4(1), 483-492.
- Internet World Stats. (2019). Top 20 Countries in Internet Users vs. Rest of the World– June 30, 2019. Retrieved December 29, 2022, from <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>.
- Jogiyanto, H. M. (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga.
- Khanza, M., Toyib, R. T., & Onsardi, O. (2021). Implmentasi Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Penjualan Handphone di Toko Mardha Cell. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 4(2), 221-235.
- Komarudin. (2019). *Kamus Perbankan*. Jakarta: Grafindo.
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., Arif, A., Ekonomi, F., & Unej, U. J. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), 24–29.
- Laras, A. (2024). Rapor Pengguna Mobile Banking Bank Jumbo Kuartal I/2024: BRI Teratas, Mandiri Melesat. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2024 melalui: <http://bit.ly/AppsBisniscomIOS> <https://finansial.bisnis.com/read/20240529/90/1769456/rapor-pengguna-mobile-banking-bank-jumbo-kuartal-i2024-bri-teratas-mandiri-melesat>
- Lestari, N. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Sosial Media Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
- Lutfiah, D., Lubis, F.A., & Anggraini, T. (2023). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening (Studikasu Mahasiswa Uin Sumatera Utara Pengguna BSI Mobile). *Edunomika*, 08(01), 1-24.

- Maharani, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Bni (Studi Kasus Bni Kcu Jakarta Pusat). *Jurnal STIEL, Jakarta, 1*(1).
- More, E.R., & Suprapti. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking . *Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian Masyarakat: "Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi" (Semae) 2022, Tema: Sustainability Green Economy*.
- Mubiyantoro, A., & Syaefullah. (2013). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian dan Persepsi Resiko terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang, 1*(1).
- Mukuan, B.Y., Khairiyah, N.M., & Suriani, I. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Balikpapan. *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP), 1*(1).
- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains, 2*(1), 43-52.
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal, 5*(2), 10-19.
- Onsardi, O., Muntahanah, M., & Toyib, R. (2020). Penerapan Algoritma Binary Search Dalam Pencarian Data Potensi Investasi Di Kabupaten Seluma Dengan Smartphone. *Jsai (Journal Scientific And Applied Informatics), 3*(3), 129-136.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Fintariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan), 7*(2), 234-254.
- Pavlou, P. A. (2013). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International journal of electronic commerce, 7*(3), 101-134.
- Pousttchi, K., & Wiedemann, D. G. (2011). What Influences Consumers Intention to Use Mobile Payments ? LA Global Mobility Round table. <https://pdfs.semanticscholar.org/a4dd/ce87edaa6d2bf14d0bd362e1c9beb24b030b.pdf>.
- Pride, W. M., & Ferrel, O. C. (2015). *Marketing*. United States: Cengage Learning.
- Putra, M.I.A., & Sari, R.C. (2020). The Effect Of Perceived Of Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, And Perceived Of Risk Toward The Intention Of Using Mobile Banking With Gender As Moderating Variable. *Jurnal Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, 1*(1).
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *Jesi: Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 5*(2), 139 - 140.
- Rahmadanah, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu. *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu*.
- Rahmawati, R., & Onsardi, O. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan Dengan Impulse Buying Konsumen UD. Mantan Karyawan Kota Bengkulu. In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate* (Vol. 1, No. 1, Pp. 23-29).
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review, 1*(2), 139-146.
- Sati, R.A.S., & Ramaditya, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money

- (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Jurnal STIE Indonesia*, 1(1).
- Schiffman, & Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen. Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Sudjanto, A. (2014). *Psikologi Umum*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyarini, S. (2013). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAM)*, 38(2).
- Sun, H., & Zhang, P. (2015). Causal Relationships Between Perceived Enjoyment And Perceived Ease Of Use: An Alternative Approach. *Journal Of The Association For Information Systems*, 7(9), 618–645.
- Supriyono. (2016). *Manajemen Risiko*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Suresh, A. M., & Shashikala, R. (2011). Identifying factors of consumer perceived risk towards online shopping in India. In *3rd International Conference on Information and Financial Engineering IPEDR*, 12(1), 336-341).
- Suryani, H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif, Teori, Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).
- Trinh, L. Q., & Vuong, Q. H. (2020). Factors Influencing Customers' Decision to Use Mobile Banking Service: A Case in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(2), 205-214.
- Uswah, W. (2012). *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Bina Ilmu.
- Wibowo, S. F., & Rosmauli, D. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 6(1).
- Widjana, A.M. (2014). Factors Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 14(2), 161–174.
- Wijaya, J.P., & Sari, D. (2023). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Umkm Di Kota Palembang. *Jurnal Informasi Akuntansi*, 2(1), 1-18.