

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

a. Deskripsi *Technology Acceptance Model* (TAM)

Kerangka kerja yang disebut *Technology Acceptance Model* (TAM) dipakai untuk mempelajari bagaimana orang menerima dan memakai teknologi atau sistem. Ketika Fred Davis pertama kali menciptakan teori ini pada tahun 1989, teori ini terutama dimaksudkan untuk menjelaskan mengapa pengguna mengadopsi perangkat lunak atau sistem informasi manajemen baru. Tetapi seiring berkembangnya teknologi dari waktu ke waktu, teori TAM dipakai dalam sejumlah konteks teknologi, seperti media sosial, teknologi seluler, dan *Internet of Things* (IoT). TAM sering dianggap sebagai salah satu paradigma penelitian utama untuk mengkaji aspek-aspek yang memengaruhi sikap pada perilaku dalam mengadopsi dan memakai teknologi serta sistem informasi. Salah satu kelebihan TAM adalah teorinya yang bisa diandalkan, dengan pengukuran yang sederhana tetapi efektif, serta didukung oleh bukti empiris yang kuat. Sejumlah variabel TAM yang sering dipakai memuat *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PE), *Attitude Toward of Using* (A), *Behavioral Intention to Use* (BI), dan *Actual System Use* (AU), yang membantu dalam memahami hubungan antara individu dan adopsi teknologi.¹⁸

Pada tahun 2000, Venkatesh dan Davis memperkenalkan pengembangan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikenal sebagai TAM 2. Mereka menambahkan variabel baru dengan menggabungkan sikap dan norma subjektif menjadi satu variabel yang disebut *social influence*. Variabel ini menyoroti pengaruh sosial yang bisa memengaruhi niat pengguna dalam memakai teknologi atau sistem informasi. TAM 2 memaparkan bahwa niat pengguna untuk menggunakan teknologi mendapat pengaruh dari persepsi kegunaan dan kemudahan, di lain sisi pengaruh sosial juga memengaruhi persepsi kegunaan dan kemudahan. Sejumlah penelitian sudah menguji validitas TAM 2, dan hasilnya memperlihatkan bahwa TAM 2 lebih efektif dalam menjelaskan niat penggunaan teknologi daripada TAM

¹⁸ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, Edisi Pertama (Malang: Seribu Bintang, 2022).

asli. TAM 2 bisa diterapkan dalam sejumlah konteks teknologi, termasuk *mobile banking*, *e-commerce*, dan perangkat lunak. Secara keseluruhan, TAM 2 adalah pengembangan yang lebih canggih dan memperbaiki TAM asli dengan menambahkan variabel baru dan memodifikasi sejumlah variabel, sehingga bisa menjelaskan aspek-aspek yang memengaruhi niat pengguna dalam menerima dan memakai teknologi dengan lebih akurat.

Pada tahun 2003, Venkatesh bersama dengan sejumlah peneliti lainnya mengembangkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). UTAUT merupakan suatu kerangka kerja yang mengkombinasikan sejumlah teori perilaku dan mempertimbangkan pengaruh variabel moderator, dengan maksud untuk meningkatkan pemahaman pada bagaimana pengguna menerima teknologi. Variabel dalam UTAUT memuat ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi.

Pada tahun 2008, Venkatesh dan Bala mengembangkan versi terbaru dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikenal sebagai TAM 3. TAM 3 disusun dengan menambahkan variabel baru seperti trust (kepercayaan), *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), dan *subjective norm* (norma subjektif). TAM 3 merupakan evolusi dari TAM 2 yang memperluas kerangka kerja dengan menambahkan variabel baru dan memberikan penjelasan lebih jelas perihal hubungan antar variabel. Berikut adalah variabel baru yang diperkenalkan dalam TAM 3:

1) *Trust* (Kepercayaan)

Variabel ini mengukur seberapa besar pengguna teknologi percaya bahwa teknologi aman untuk dipakai dan bisa diandalkan.

2) *Facilitating Conditions* (Kondisi yang Memfasilitasi)

Variabel ini merupakan aspek yang mempengaruhi kemudahan penggunaan dalam teknologi.

3) *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Variabel ini merupakan pengaruh dari orang lain pada niat penggunaan teknologi.

4) *Selain* ketiga variabel itu, TAM 3 tetap mempertahankan kedua variabel asli yang ada dalam TAM, yakni *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan), serta variabel pada TAM 2 yaitu *Social Influence* (Pengaruh Sosial).

TAM 3 memaparkan bahwa variabel seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Social Influence*, *Trust*, *Facilitating Conditions*, dan *Subjective Norm* memiliki potensi untuk memengaruhi niat pengguna dalam mengadopsi teknologi. Niat pengguna itu selanjutnya bisa mempengaruhi perilaku pengguna dalam memakai teknologi.

Pada tahun 2012, Venkatesh dan Davis memperkenalkan TAM 4, yang melibatkan penambahan variabel baru, seperti *Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonis) dan *Price Value* (Nilai Harga). Kemudian, pada tahun 2018, Wu dan Wang mengembangkan TAM *Extended*, sebuah pengembangan dari UTAUT dan TAM. TAM *Extended* ini memperluas kerangka kerja dengan memasukkan variabel baru, termasuk *Cognitive Absorption* (Daya Serap Kognitif), *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha), *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja), dan *Social Influence* (Pengaruh Sosial).¹⁹

Dengan adanya perkembangan dari Teori TAM itu, TAM semakin dioptimalkan dan diperbaiki sehingga bisa dipakai dalam sejumlah teknologi yang semakin berkembang. Penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) sudah memberikan kontribusi bagi organisasi dalam meraih penerimaan teknologi oleh pengguna, serta memastikan bahwa teknologi yang diperkenalkan bisa diterima dengan baik oleh pengguna.

b. *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan)

Keyakinan pengguna bahwa penggunaan teknologi akan memberikan manfaat yang signifikan dan berguna diukur dengan ukuran yang disebut persepsi kegunaan (*perceived usefulness*).²⁰ Keyakinan individu dalam kemampuan teknologi atau sistem informasi untuk meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya menjadi penentu utama apakah orang itu akan memakai teknologi atau sistem informasi itu. Davis dalam studinya memaparkan bahwa orang akan condong untuk memanfaatkan suatu sistem jika mereka percaya bahwa sistem

¹⁹ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, Edisi Pertama (Malang: Seribu Bintang, 2022).

²⁰ Muh Raja Singham Lagatari and Sufa'atin, "Model Penerimaan Pengguna Pada Situs E-Kosan.Com Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)," *Majalah Ilmiah UNIKOM* 13, no. 2 (2015): 165–78, <http://search.unikom.ac.id/index.php/jurnal-unikom/article/viewFile/123/120>.

itu akan memberikan manfaat, memudahkan pekerjaan, dan memberikan keuntungan.²¹

Davis tahun 1989 dan Venkatesh tahun 2003 menuturkan bahwa indikator *Perceived Usefulness* yang dipakai, yaitu:

- 1) *Work more quickly* adalah penggunaan teknologi memungkinkan individu untuk merampungkan pekerjaan dengan lebih cepat, yang pada gilirannya membuat orang itu menganggap teknologi sangat bermanfaat.
- 2) *Useful* adalah individu memakai teknologi merasa berguna untuk pekerjaannya.
- 3) *Effectiveness* adalah individu memakai teknologi bisa merampungkan pekerjaannya secara efektif.
- 4) *Easier* adalah individu yang merasa bahwa memakai teknologi akan mempermudah pekerjaannya.
- 5) *Performance* merupakan persepsi individu bahwa penggunaan teknologi telah meningkatkan kinerjanya dalam bekerja dibandingkan periode sebelumnya.²²

c. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan)

Sejauh mana orang berpikir bahwa teknologi akan membuat hidup mereka lebih gampang diukur dengan konsep yang disebut persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Hal ini mencakup sejauh mana orang menganggap teknologi mudah digunakan dan memfasilitasi kemampuan mereka untuk menjadi lebih mahir dalam menggunakannya. Sehubungan dengan hal itu, *Perceived Ease of Use* bisa diinterpretasikan sebagai kemampuan teknologi untuk mengurangi usaha yang diperlukan individu dalam mempelajari sistem informasi.²³

Davis tahun 1989 & Venkatesh tahun 2003 menuturkan bahwa indikator *Perceived Ease of Use* yang dipakai, yaitu:

- 1) *Easy to learn* adalah individu bisa mempelajari teknologi informasi yang baru dengan gampang.

²¹ Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–339, <https://doi.org/10.2307/249008>.

²² Viswanath Venkatesh et al., "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 27, no. 3 (2003): 425–78, <https://doi.org/10.2307/30036540>.

²³ Debby Cynthia Kumala, Joshua Wilson Pranata, and Sienny Thio, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya," *Jurnal Manajemen Perhotelan* 6, no. 1 (2020): 19–29, <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>.

- 2) *Easy to understand* adalah individu merasa bahwa memakai teknologi informasi gampang dipahami.
- 3) *Effortless* adalah individu merasa bahwa memakai teknologi informasi lebih ringkas, cepat dan tanpa menguras banyak energi.
- 4) *Easy to use* adalah individu merasa bahwa teknologi informasi gampang untuk dipakai.²⁴

d. *Perceived Security* (Keamanan)

Perceived Security (Keamanan) adalah penilaian subjektif pengguna terhadap kepercayaan bahwa informasi pribadi, seperti pembayaran, tidak akan terungkap, disalahgunakan, atau dimanipulasi oleh pihak yang tidak berwenang untuk tujuan yang tidak sah selama transaksi keuangan.²⁵

Flavian & Guinaliu tahun 2006 menuturkan bahwa indikator *Perceived Security* yang dipakai, yaitu:

- 1) *Authentication* adalah verifikasi pada pengguna teknologi dimana sebagai konfirmasi bahwa pengguna teknologi itu merupakan pengguna yang sebenarnya.
- 2) Tujuan *confidentiality* adalah untuk memastikan bahwa satu-satunya orang yang memakai teknologi untuk mengirim dan menerima pesan bisa mengaksesnya.
- 3) Tujuan dari *integrity* adalah untuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan oleh orang-orang yang memakai teknologi tidak bisa diubah.
- 4) Mekanisme yang disebut *non-repudiation* memastikan bahwa pihak yang bersangkutan tidak menyatakan bahwa dirinya tidak melakukan transaksi yang dilakukan.²⁶

e. *Attitude Toward of Using* (Sikap Penggunaan)

Attitude Toward of Using (Sikap Penggunaan) merujuk pada sikap atau perilaku pengguna pada penggunaan teknologi, yang memuat penerimaan atau penolakan terhadap teknologi dalam konteks pekerjaan. Sikap ini mencerminkan penerimaan

²⁴ Viswanath Venkatesh et al., "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 27, no. 3 (2003): 425–78, <https://doi.org/10.2307/30036540>.

²⁵ Ivan Naufaldi and Miharni Tjokrosaputro, "Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Trust Terhadap Intention To Use Aplikasi Jago," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2, no. 3 (2020): 715.

²⁶ Carlos Flavian and Miguel Guinaliu, "Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy: Three Basic Elements of Loyalty to a Web Site," *Industrial Management & Data Systems* 106(5) (2006): 601–20, <https://doi.org/10.1108/02635570610666403>.

individu terhadap teknologi atau sistem informasi dan memuat sejumlah aspek seperti cara pandang (*cognitive*), afektif (emosional), dan komponen perilaku.²⁷

Davis tahun 1989 & Venkatesh tahun 2003 menuturkan bahwa indikator *Attitude Toward of Using* yang dipakai, yaitu:

- 1) *Comfortable interaction* adalah pengguna merasa nyaman saat berinteraksi memakai teknologi informasi.
- 2) *Happy to use* adalah pengguna merasa senang saat memakai teknologi.
- 3) *Feel safe* adalah pengguna merasa data dan privasi aman saat memakai teknologi informasi.
- 4) *Not boring* adalah pengguna merasa bahwa teknologi tidak membosankan.²⁸

f. *Behavioral Intention to Use* (Niat Penggunaan)

Kecenderungan atau keinginan pengguna untuk memakai teknologi disebut sebagai *behavioral intention to use* (niat penggunaan). Berlandaskan sikap atau perilaku pada suatu teknologi, individu bisa memperkirakan tingkat adopsi atau penggunaan teknologi itu. Landasan model penerimaan teknologi adalah gagasan bahwa niat perilaku untuk memakai merupakan prediktor yang bisa diandalkan perihal sikap atau tindakan aktual terkait penggunaan teknologi. Niat individu untuk mengadopsi teknologi juga bisa dipakai untuk menjelaskan *behavioral intention to use*.

Davis tahun 1989 & Venkatesh tahun 2003 menuturkan bahwa indikator *Behavioral Intention to Use* yang dipakai, yaitu:

- 1) *Desire to use* adalah pengguna memiliki keinginan untuk menggunakan suatu teknologi.
- 2) *Always try to use it in the future* adalah pengguna senantiasa mencoba memakai teknologi itu di masa depan.
- 3) *Use regularly* adalah pengguna memakai teknologi secara rutin.

²⁷ Ivan Rifqi Ramadya, "Pengaruh Perceived Usefulness (PU) Dan Perceived Ease Of Use (PEOU) Terhadap Attitude Toward Using (ATU) Serta Dampaknya Terhadap Behavioral Intention To Use (BITU)," *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* 01, no. 4 (2022): 553–61, <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.4.14>.

²⁸ Niken Larasati and Christina Asri Wulandadari, "Penerapan Unit Dose Dispensing Menggunakan Sistem Informasi Manajemen Di Instalasi Farmasi RS Panti Rapih," *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi (Journal of Management and Pharmacy Practice)* 8, no. 4 (2019): 153.

- 4) *Interest in recommending* adalah pengguna memiliki niat untuk merekomendasikan teknologi itu pada pengguna baru.²⁹

2. Bank Syariah

a. Deskripsi Bank Syariah

Dalam UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, belum ada ketentuan yang secara rinci mengatur perihal bank yang menjalankan aktivitas berlandaskan prinsip syariah. Pasca terbitnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, perizinan pada bank syariah hanya diberikan dan diberikan peluang pertumbuhan yang lebih luas. Bank Umum Konvensional diperbolehkan melakukan kegiatan syariah secara bersamaan dengan kegiatan konvensional; tetapi Bank Perkreditan Syariah dan Bank Umum diperbolehkan beroperasi sesuai prinsip syariah. Dua sistem perbankan, syariah dan konvensional, beroperasi secara bersamaan dalam sistem ini, yang disebut dual banking. Peraturan perundang-undangan mengatur kedua sistem ini.

Seperti Bank Konvensional, Bank syariah berfungsi sebagai lembaga yang beroperasi sebagai perantara keuangan dengan mengumpulkan uang dari masyarakat dan menginvestasikannya kembali dalam bentuk pinjaman. Kehadiran Bank Syariah di dalam lingkungan sektor perbankan konvensional bermaksud untuk memberikan alternatif layanan perbankan pada masyarakat yang mencari solusi perbankan tanpa sistem bunga.

Bank Syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang memiliki tanggung jawab untuk mengumpulkan dan mendistribusikan dana pada masyarakat selaras dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Mengoperasikan bank syariah bermakna tidak melakukan segala tindakan yang bertentangan dengan hukum syariah seperti praktik riba selaras dengan prinsip Islam. Perbedaan utama antara bank konvensional dan bank syariah terletak pada cara mereka beroperasi. Sistem yang digunakan Bank Syariah adalah berdasarkan bagi hasil dan bukan menggunakan bunga. Lebih dari itu, Bank Syariah menekankan

²⁹ Endah Pri Ariningsih, Wijayanti Wijayanti, and Mahendra Galih Prasaja, "Intention to Use E-Wallet Diperhatikan Dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, Dan Trust," Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship 11, no. 2 (2022): 227, <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.916>.

pada kerja sama dan kemitraan, di mana semua pihak berbagi keuntungan dan risiko. Ada empat prinsip utama dalam syariah yang menjadi landasan bagi operasional perbankan syariah., yaitu:

- 1) Perbankan non riba,
- 2) Perniagaan halal dan tidak haram,
- 3) Keridhaan pihak-pihak dalam berkontrak,
- 4) Pengurusan dana yang amanah, jujur, dan bertanggung jawab.³⁰

3. *Mobile Banking*

a. Deskripsi *Mobile Banking*

Perkembangan terkini dalam layanan perbankan adalah *mobile banking* yang berbasis pada sistem atau teknologi informasi. Bank memiliki peluang untuk memberikan nilai lebih kepada nasabahnya dengan layanan ini.³¹ *Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang memungkinkan penggunaanya bertransaksi memakai sejumlah fitur produk melalui aplikasi *smartphone*. Keberadaan *mobile banking* menciptakan kemudahan layanan yang kompleks dan bisa menanggapi kebutuhan masyarakat yang memprioritaskan mobilitas.³² Pemanfaatan *mobile banking* dianggap memberikan kemudahan dan manfaat bagi kedua belah pihak, baik bagi bank ataupun nasabah. Transaksi keuangan dianggap lebih efektif, praktis, dan efisien melalui platform ini. Kelebihan dari penggunaan *mobile banking* termasuk adanya lapisan keamanan ganda, dengan operator yang menyediakan infrastruktur jaringan seluler dan jaringan perbankan sendiri. Sehubungan dengan hal itu, pengguna tidak perlu khawatir terhadap keamanan saat menggunakan layanan itu.³³

Mekanisme penggunaan layanan *mobile banking* serupa dengan transaksi perbankan konvensional, tetapi memiliki keunggulan dalam akses online yang bisa dilakukan dari mana

³⁰ Dr. Trisandini P Usanti, S.H, M.H and Prof. Dr. Drs. Abul Shomad, SH, MH, *Transaksi Bank Syariah* (Bumi Aksara, 2022).

³¹ Tri Handayani and Husnayetti, "Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Pada Nasabah Wanita Karir Di Bank Rakyat Indonesia Cabang" 1, no. 2 (2019): 150–54, <https://ojs.itbad.ac.id/index.php/IJEA/article/view/233>.

³² Asmara and Kusumadewi, "Peran Kepercayaan Memediasi Kemudahan Penggunaan Dan Security Terhadap niat Menggunakan Bca Mobile Banking," *E-Jurnal Manajemen* 11, No 1 (2022): 21-40.

³³ Wafiq Renaldi, "Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi," Skripsi, 2021.

saja tanpa perlu berkunjung ke bank atau ATM secara langsung. Didirikan oleh Bank Syariah Indonesia untuk memfasilitasi transaksi digital nasabah, BSI *Mobile* adalah platform mobile banking yang terkenal. Penghargaan mobile banking terbaik kategori Bank Umum Syariah diberikan pada aplikasi BSI *Mobile* pada 7 April 2022. Penghargaan Infobank Digital Brand Awards 2022 diberikan menyusul persaingan dari 190 organisasi lain yang memuat Bank Digital, Bank Konvensional dengan Layanan Digital, Asuransi, BPR, BPRS, UUS, dan BUMN, serta Bank Syariah. Penghargaan ini merupakan bentuk apresiasi atas kontribusi BSI pada pengembangan sektor perbankan syariah yang berbasis digital di Indonesia.³⁴ Pemanfaatan Mobile Banking memberikan keunggulan bagi para nasabah dengan mempermudah tugas-tugas mereka, meningkatkan efisiensi, mengoptimalkan produktivitas, serta meningkatkan performa secara keseluruhan. Dampak positif ini berperan dalam memperluas adopsi teknologi informasi secara menyeluruh.³⁵

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang dipakai peneliti sebagai acuan untuk menjalankan penelitian ini. Penelitian itu akan di jelaskan melalui tabel di bawah ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	<i>The Influence of Religiosity on Cryptocurrency Users’ Acceptance Using Search Engines</i> Emna Mnif	• Variabel X1 : Persepsi Kegunaan - X2 : Persepsi Kemudahan	• Variabel Z : Religiusitas • Responden : Pengguna mata uang kripto	• Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan mata uang kripto • Persepsi kemudahan

³⁴ Ramadhani Pipit Ika, “BSI Raih Penghargaan Mobile Banking Syariah Terbaik,” *Liputan6*, 2022, <https://www.liputan6.com/saham/read/4934021/bsi-raih-penghargaan-mobile-banking-syariah-terbaik>.

³⁵ Anita Tri Milza et al., “Implementasi Bsi Mobile Sebagai Wujud Tercapainya Paperless Dan Penerapan Green Banking,” *IJAB Indonesian Journal of Accounting and Business* 3, no. 1 (2021): 1–12, <https://doi.org/10.33019/ijab.v3i1.3>.

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	tahun 2023			berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan mata uang kripto
2.	Pengaruh Adopsi <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) Terhadap Layanan Virtual Buka Rekening BSI Ivena Defira Selly Aryanti tahun 2023	• Variabel X1 : Kemudahan - X2 : Keamanan	• Variabel Y : keputusan menggunakan layanan virtual buka rekening BSI	• Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan virtual buka rekening BSI • Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan virtual buka rekening BSI
3.	Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Syariah Pada Mahasiswa di	• Variabel X1 : Kemudahan - X2 : Keamanan - X3 : Manfaat	• Responden : Mahasiswa pengguna <i>mobile banking</i> syariah • Metode : Memakai SPSS	• Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>mobile banking</i> syariah • Keamanan berpengaruh

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	Kudus Arini Nafisatun Ni'mah tahun 2023			positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>mobile banking syariah</i> • Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>mobile banking syariah</i>
4.	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Security</i> dan <i>Trust</i> Terhadap <i>Intention to Use</i> Aplikasi Jago Ricardo Ananta Kurnia tahun 2023	• Variabel X1 : kemudahan X2 : kegunaan X3 : keamanan	• Responden merupakan pengguna aplikasi jago	• <i>Perceived usefulness</i> memiliki pengaruh positif dan simultan terhadap <i>intention to use</i> • <i>Perceived ease of use</i> tidak berpengaruh terhadap <i>intention to use</i>
5.	<i>Perception Analysis Of Ease Of Use On Interest To Use Through</i>	• Variabel X : Persepsi Kemudahan	• Responden merupakan pengguna <i>mobile banking</i>	• Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	<i>Trust In Users Mobile Banking</i> Meysya Alyani Vinasti tahun 2022		BNI	terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> BNI
6.	Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use</i> dan <i>Compatibility With Lifestyle</i> Terhadap Niat Beli di <i>Social Commerce</i> Dyan Erlyn Oktania tahun 2022	• Variabel X1 : Persepsi Kegunaan - X2 : Persepsi Kemudahan	• Responden merupakan pengguna <i>Social Commerce</i>	• <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli di <i>social commerce</i> • <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli di <i>social commerce</i>
7.	<i>Intention to Use E-wallet</i> Dilihat dari <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust</i> Endah Pri Ariningsih tahun 2022	• Variabel X1 : Persepsi Kegunaan - X2 : Persepsi Kemudahan - X3 : Persepsi Keamanan	• Responden merupakan pengguna <i>E-Wallet</i>	• <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> • <i>Perceived Ease of Use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> • <i>Perceived</i>

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
				<i>security</i> tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i>
8.	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> (PU) dan <i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU) terhadap <i>Attitude Toward Using</i> (ATU) serta Dampaknya terhadap <i>Behavioral Intention To Use</i> (BITU) Ivan Rifqi Ramadya tahun 2022	• Variabel X1 : Persepsi Kegunaan X2 : Persepsi Kemudahan Z : Sikap Penggunaan Y : Niat Penggunaan	• Responden merupakan pengguna <i>mobile banking</i> BRI	• <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>attitude toward using</i> • <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>attitude toward using</i> • <i>Attitude toward using</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> • <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> • <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
				positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i>
9.	Peran Kepercayaan Memediasi Kemudahan Penggunaan dan <i>Security</i> Terhadap Niat Menggunakan BCA <i>Mobile Banking</i> I Kadek Yogi Asmara tahun 2022	• Variabel X1 : Kemudahan Penggunaan - X2 : <i>Security</i> - Y : Niat Penggunaan	• Responden merupakan pengguna <i>mobile banking</i> BCA	• Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>mobile banking</i> BCA • <i>Security</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>mobile banking</i> BCA
10.	Analisis Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) Pada Penggunaan TikTok Nursetia Wati tahun 2022	• Variabel X1 : Kegunaan - X2 : Kemudahan - Z : Sikap Penggunaan - Y : Niat Penggunaan	• Responden merupakan pengguna TikTok	• Persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan TikTok • Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan Tiktok • Sikap Penggunaan berpengaruh

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
				positif dan signifikan terhadap niat penggunaan TikTok
11.	Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Wafid Renaldi tahun 2021	• Variabel X1 : Kegunaan - X2 : Kemudahan	• Variabel Z : Kepercayaan • Responden merupakan pengguna <i>mobile banking</i> BNI Syariah	• Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> BNI Syariah • Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> BNI Syariah
12.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> dengan Kepercayaan Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	• Variabel X1 : Kemudahan - X2 : Manfaat/Kegunaan - X3 : Keamanan	• Variabel Z : Kepercayaan	• Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> • Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	Muhammad Shodiqin tahun 2021			nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>
13.	Penerimaan dan Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i> Perbankan Syariah : Ekstensi <i>Technology Acceptance Model</i> Heni Sukmawati tahun 2021	Variabel X1 : Kegunaan X2 : Kemudahan Z : Sikap Penggunaan	Responden merupakan pengguna <i>mobile banking</i> syariah	- Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> syariah - Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> syariah - Sikap Penggunaan sebagai mediasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
				minat menggunakan <i>mobile banking</i> syariah
14.	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i>, <i>Perceived Ease of Use</i>, <i>Trust</i>, Dan <i>Security</i> Terhadap Minat Penggunaan <i>GoPay</i> Pada Generasi X Di Surabaya Debby Cynthia Kumala tahun 2020	• Variabel X1 : Kegunaan X2 : Kemudahan X3 : Keamanan	• Responden merupakan pengguna <i>GoPay</i>	• <i>Perceived usefulness</i>, <i>perceived ease of use</i> dan <i>security</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>GoPay</i>
15.	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Syariah Muhammad Habibi tahun	• Variabel X1 : Kegunaan X2 : Kemudahan	• Responden merupakan pengguna <i>mobile banking</i> syariah	• Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> syariah • Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan <i>mobile</i>

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	2019			banking syariah
16.	Pengaruh <i>Social Influence</i> , <i>Perceived Usefulness</i> , dan <i>Perceived Security</i> Terhadap <i>Continue Use Intention</i> Aplikasi <i>Mobile Payment</i> OVO Melalui <i>Attitude Towards Using Mobile Payment</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Steven Hadikusuma tahun 2019	• Variabel X1 : Kegunaan X2 : Keamanan Z : Sikap Penggunaan	• Responden merupakan pengguna Aplikasi <i>Mobile Payment</i> OVO	• <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Attitude Towards Using</i> • <i>Perceived Security</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Attitude Towards Using</i>

C. Kerangka Berfikir

Hardani tahun 2020 menuturkan bahwa kerangka berpikir merupakan representasi atau model yang menggambarkan konsep-konsep yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang saling terkait. Kerangka berpikir yang efektif sering kali disusun dalam bentuk skema atau diagram dengan maksud untuk mempermudah pemahaman perihal sejumlah variabel yang akan diselidiki pada tahap berikutnya.³⁶

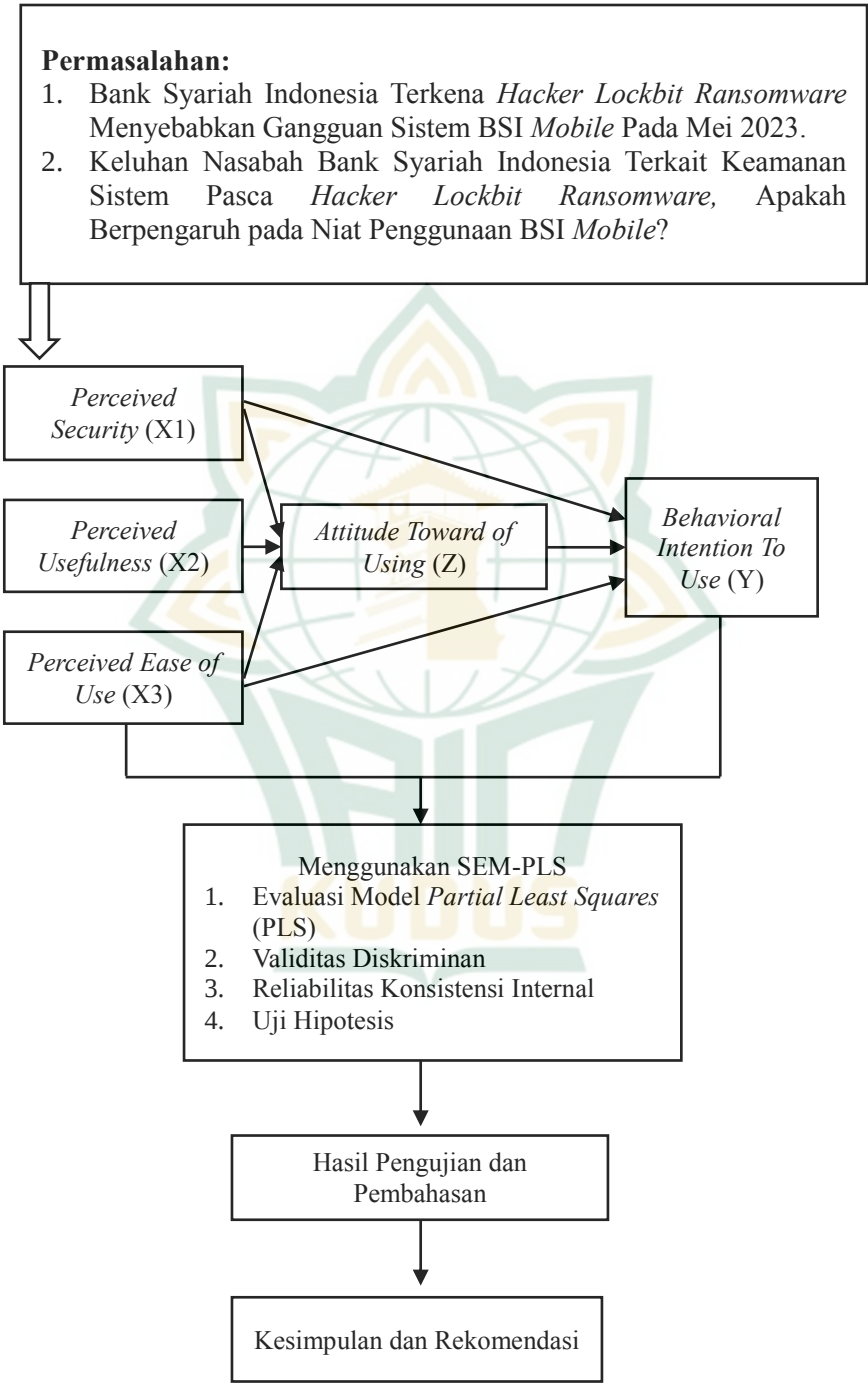
Kerangka berpikir adalah sebuah model konseptual yang mengilustrasikan hubungan antara teori dan aspek-aspek yang dianggap signifikan dalam suatu permasalahan. Dalam kerangka berpikir itu, penting untuk secara teoritis menjelaskan bagaimana hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen* terbentuk. Jika ada variabel *intervening*, juga diperlukan penjelasan mengapa variabel itu menjadi bagian penting dalam konteks penelitian.³⁷

Selaras dengan teori TAM, penggunaan teknologi paling mendapat pengaruh dari *Behavioral Intention to Use* (Niat Penggunaan). *Behavioral Intention to Use* mendapat pengaruh dari dua variabel independen dan satu variabel mediasi, yakni *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan), *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan) dan *Attitude Toward of Using* (Sikap Penggunaan). Pada studi ini, peneliti memodifikasi Teori TAM dengan menambahkan variabel keamanan sebagai variabel independen yang akan mempengaruhi *Attitude Toward of Using* (Sikap Penggunaan) dan akan berdampak pada *Behavioral Intention to Use* (Niat Penggunaan). Berikut ini adalah alur kerangka berfikir dalam studi ini:

³⁶ Hardani M.Si, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Pustaka Ilmu Group, 2020).

³⁷ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Alfabeta Bandung, 2015).

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Model TAM



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan prediksi awal pada pertanyaan penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya. Meskipun dilandaskan pada teori yang relevan, hipotesis ini masih bersifat sementara sebab belum didukung oleh bukti empiris yang dihimpun lewat pengumpulan data. Penelitian ini memuat sejumlah hipotesis, yakni:

1. Pengaruh Keamanan Pada sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

Budi Rahardjo dalam Lutfiani tahun 2023 menuturkan bahwa keamanan adalah kemampuan untuk menghentikan terjadinya penipuan atau untuk mengidentifikasinya ketika hal itu terjadi dalam suatu sistem informasi.³⁸

Berlandaskan penelitian dari Hadikusuma tahun 2019, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif *attitude Towards Using* pada penggunaan *mobile payment* mendapat pengaruh dari *Perceived Security*. Hal ini bisa mengindikasikan bahwa keamanan bisa mempengaruhi sikap penggunaan *mobile payment*. Jika *mobile payment* bisa menjaga data dan *privacy* penggunaannya, maka nasabah akan menyikapi dengan positif.

Berlandaskan penelitian dari Ni'mah tahun 2023, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* syariah mendapat pengaruh dari Keamanan. Hal ini bisa mengindikasikan bahwa keamanan bisa mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* syariah. Jika *mobile banking* syariah bisa dijamin keamanannya, tentunya mendapatkan respon yang positif dari nasabah dan nasabah akan terus menggunakannya.

Berlandaskan penelitian dari Asmara tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif niat menggunakan *mobile banking* BCA mendapat pengaruh dari *Security*. Hal ini bisa mengindikasikan bahwa keamanan bisa mempengaruhi niat penggunaan *mobile banking* BCA. Jika *mobile banking* BCA dirasa aman oleh penggunaannya, maka akan mendorong niat nasabah untuk menggunakannya.

H1: Sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia mendapat pengaruh dari Keamanan

³⁸ Nilta Lutfiani, "Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking," Skripsi, 2023.

2. Pengaruh Kegunaan Pada sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

Davis tahun 1989 menuturkan bahwa sejauh mana teknologi bermanfaat bagi penggunanya diukur dari kegunaannya. Hal ini bisa meningkatkan niat nasabah dalam memakai teknologi sebab bisa mengembangkan kinerja pekerjaannya dan menambah efektivitas kerja.^{39,40}

Berlandaskan penelitian dari Ramadya tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif *attitude toward using* mendapat pengaruh dari *Perceived usefulness*, yang maknanya kegunaan dalam penggunaan *mobile banking* bisa mempengaruhi sikap penggunaan. Jika *mobile banking* bisa memberikan manfaat penggunanya, maka nasabah akan menyikapi dengan positif.

Berlandaskan penelitian dari Mnif tahun 2023, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif niat penggunaan mata uang kripto mendapat pengaruh dari Persepsi kegunaan. Jika mata uang kripto tidak bisa dipakai, maka sedikit orang yang akan menggunakan mata uang kripto dalam transaksi.

Berlandaskan penelitian dari Oktania tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif niat beli di *social commerce* mendapat pengaruh dari *Perceived usefulness*. Hal ini mengindikasikan bahwa *social commerce* memiliki nilai guna seperti halnya dalam pemasaran atau ajang promosi. Jika *social commerce* memiliki nilai guna, maka bisa mendorong niat individu untuk membeli produk di *social commerce*.

H2: Sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia mendapat pengaruh dari Kegunaan

3. Pengaruh Kemudahan Pada sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

Davis tahun 1989 menuturkan bahwa kemudahan adalah ukuran dimana penggunaan teknologi gampang untuk dipahami dan dipakai.⁴¹

³⁹ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

⁴⁰ Sucy Ilhamy Ali, "Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap niat Pembelian Ulang Dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi," Jurnal Ekonomi Bisnis, 2020, 1–13.

⁴¹ Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–339, <https://doi.org/10.2307/249008>.

Berlandaskan penelitian dari Ramadya tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif *attitude toward using* mendapat pengaruh dari *perceived ease of use*, yang maknanya kemudahan penggunaan *mobile banking* bisa mempengaruhi sikap penggunaan. Jika *mobile banking* bisa mempermudah pekerjaan penggunanya, maka nasabah akan menyikapi dengan positif.

Berlandaskan penelitian dari Ariningsih tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif minat menggunakan *e-wallet* mendapat pengaruh dari *Perceived Ease of Use*. Penggunaan *e-wallet* memberikan kemudahan bagi penggunanya seperti halnya saat bertransaksi tetapi tidak membawa uang *cash*, dengan hal ini bisa mendorong minat individu untuk menggunakan *e-wallet*.

Berlandaskan penelitian dari Wati tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif niat penggunaan Tiktok mendapat pengaruh dari Persepsi kemudahan. Tiktok memberikan kemudahan bagi penggunanya, seperti halnya lebih gampang melakukan promosi yang di unggah di postingan Tiktok maka bisa diperhatikan di sejumlah jangkauan yang akan menarik pelanggan.

H3: Sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia mendapat pengaruh dari Kemudahan

4. Pengaruh Sikap Pada niat Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

Davis tahun 1989 menuturkan bahwa sikap penggunaan adalah suatu sikap atau perilaku pengguna dalam memakai teknologi yang berbentuk penerimaan atau penolakan saat memakai teknologi dalam pekerjaannya.

Berlandaskan penelitian dari Ramadya tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif *behavioral intention* mendapat pengaruh dari *attitude toward using*, yang maknanya sikap pengguna *mobile banking* yang memediasi kegunaan dan kemudahan bisa mempengaruhi niat penggunaan. Jika nasabah menyikapi *mobile banking* dengan positif maka bisa mendorong nasabah untuk menggunakan *mobile banking* itu.

Berlandaskan penelitian dari Wati tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif niat penggunaan Tiktok mendapat pengaruh dari Sikap Penggunaan. bisa dimaknai bahwa sikap sebagai variabel mediasi bisa mempengaruhi niat penggunaan Tiktok. Berlandaskan penelitian dari Sukmawati tahun 2021, memperlihatkan bahwa secara

signifikan dan positif minat menggunakan *mobile banking* syariah mendapat pengaruh dari Sikap Penggunaan sebagai mediasi. Hal ini bermakna sikap penggunaan berperan sebagai hubungan kegunaan dan kemudahan yang mempengaruhi minat pengguna.

H4: Niat Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia mendapat pengaruh dari Sikap

5. Pengaruh Keamanan Pada niat Penggunaan Melalui Sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

Berlandaskan pendapat dari Naseri tahun 2018, keamanan memiliki peran penting dalam niat penggunaan teknologi, dimana teknologi harus merahasiakan atau menjaga data dan privasi bagi penggunaannya.⁴²

Berlandaskan penelitian dari Asmara tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif niat penggunaan *BCA mobile banking* mendapat pengaruh dari Keamanan, yang maknanya saat memakai *BCA Mobile Banking*, pengguna mengkhawatirkan keamanannya. Jika mereka merasa nyaman memakai sistem *mobile banking*, hal ini akan mendorong mereka untuk lebih sering menggunakannya.

Berlandaskan penelitian dari Shodiqin tahun 2021, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif minat nasabah menggunakan *mobile banking* mendapat pengaruh dari Keamanan. Berlandaskan penelitian dari Ni'mah tahun 2023, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* syariah mendapat pengaruh dari Keamanan.

H5: Niat Penggunaan Melalui Sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia mendapat pengaruh dari Keamanan

6. Pengaruh Kegunaan Pada niat Penggunaan Melalui Sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

Shrinath tahun 2020 menuturkan bahwa kegunaan memiliki peran penting dalam teknologi sebab pengguna menganggap teknologi itu sebagai alat yang bermanfaat dan berguna untuk melakukan transaksi yang lebih praktis dan cepat. Sehubungan dengan hal itu, pengguna cenderung memakai teknologi itu untuk bertransaksi.⁴³

⁴² Mohammad Fahim Naseri and Mr.Dushyant Sing, "A Review of Mobile Banking Security," Canadian Conference on Electrical and Computer Engineering 6, no. 2 (2018): 310–13.

⁴³ Shrinath Pai, "Adoption Of Internet of Things (IoT): Applying Technology Acceptance Model" 8, no. 4 (2020): 1491–1497.

Berlandaskan penelitian dari Renaldi tahun 2021, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif minat menggunakan *mobile banking* BNI Syariah mendapat pengaruh dari kegunaan, yang maknanya penggunaan *mobile banking* BNI Syariah bisa memberikan manfaat dan berguna bagi penggunaanya.

Berlandaskan penelitian dari Ariningsih tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif minat menggunakan *e-wallet* mendapat pengaruh dari *Perceived usefulness*. Berlandaskan penelitian dari Renaldi tahun 2021, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif minat penggunaan *mobile banking* BNI Syariah mendapat pengaruh dari Kegunaan

H6: Niat Penggunaan Melalui Sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia mendapat pengaruh dari Kegunaan

7. Pengaruh Kemudahan Pada niat Penggunaan Melalui Sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

Deskripsi lain dikemukakan oleh Alyani tahun 2022, kemudahan berperan sebagai petunjuk sistem untuk mempermudah individu dalam pekerjaannya bagi pengguna yang merasakan kesulitan, maknanya sebuah sistem dirancang untuk membuat tugas menjadi lebih gampang dibandingkan tanpa sistem.⁴⁴

Berlandaskan penelitian dari Vinasti tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif minat pada penggunaan *mobile banking* BNI mendapat pengaruh dari kemudahan, yang maknanya penggunaan *mobile banking* BNI didasari oleh kemudahan penggunaan. Jika *mobile banking* itu gampang dipakai dan gampang dipahami, sehingga nasabah terdorong untuk memakai *mobile banking* itu.

Berlandaskan penelitian dari Asmara tahun 2022, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif niat menggunakan *mobile banking* BCA mendapat pengaruh dari kemudahan penggunaan. Berlandaskan penelitian dari Sukmawati tahun 2021, memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif minat menggunakan *mobile banking* syariah mendapat pengaruh dari Kemudahan.

H7: Niat Penggunaan Melalui Sikap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia mendapat pengaruh dari Kemudahan

⁴⁴ Meysha Alyani Vinasti et al., "Perception Analysis Of Ease Of Use On Interest To Use Through Trust In Users Mobile Banking Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Guna Melalui Kepercayaan Pada Pengguna Mobile Banking," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3, no. 3 (2022), <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.