

# **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Keamanan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Pada Bri Mobile (Brimo)**

**Medi Yansyah<sup>1)</sup>; M. Noor Army<sup>2)</sup>; Janusi Waliamin<sup>3)</sup>**  
**<sup>1,2,3)</sup> Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH**

Email: <sup>1)</sup> [medigates75@yahoo.co.id](mailto:medigates75@yahoo.co.id), <sup>2)</sup> [muhammadnoorarmi@yahoo.co.id](mailto:muhammadnoorarmi@yahoo.co.id), <sup>3)</sup> [jwaliamin@gmail.com](mailto:jwaliamin@gmail.com)

## **ARTICLE HISTORY**

Received [03 Juni 2025]

Revised [10 Juli 2025]

Accepted [12 Juli 2025]

## **Keywords**

*BRIMO, Perceived Ease Of Use, Service Quality, Behavioral Intention To Use.*

**This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license**



## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengkaji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, dan keamanan terhadap minat penggunaan aplikasi digital banking BRImo pada mahasiswa Universitas Hazairin Bengkulu. Metode yang digunakan adalah survei dengan kuesioner skala Likert yang disebarakan kepada 120 responden untuk mengumpulkan data terkait pengalaman dan pandangan mereka terhadap aplikasi BRImo. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hubungan dan pengaruh variabel tersebut terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi. Hasil penelitian menunjukkan ketiga variabel independen—persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, dan keamanan—berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap minat penggunaan aplikasi dengan nilai signifikansi  $p < 0,05$ . Persepsi kemudahan penggunaan memberikan kontribusi signifikan dengan nilai  $t$  sebesar 20,613, kualitas layanan memiliki kontribusi tertinggi dengan  $t$  sebesar 29,942, sedangkan keamanan juga berpengaruh signifikan dengan  $t$  sebesar 4,972. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,926 menandakan bahwa sekitar 92,6% variasi minat penggunaan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel ini. Meskipun aplikasi dinilai mudah digunakan dan layanan berkualitas, aspek daya tanggap, empati terhadap pengguna, serta perlindungan data pribadi masih perlu diperbaiki guna menjaga loyalitas dan meningkatkan kepercayaan pengguna secara berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan pentingnya pengelolaan optimal ketiga aspek tersebut untuk meningkatkan kepuasan pengguna sekaligus mendorong minat berkelanjutan dalam menggunakan BRImo. Temuan ini diharapkan menjadi landasan bagi pengembang dan pemasar aplikasi dalam merumuskan strategi pengembangan dan peningkatan layanan yang lebih efektif di masa depan.

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the influence of perceived ease of use, service quality, and security on the intention to use the BRImo digital banking application among students at Universitas Hazairin Bengkulu. The method used was a survey with a Likert-scale questionnaire distributed to 120 respondents to collect data regarding their experiences and perceptions of the BRImo application. The data were analyzed using multiple linear regression to test the relationships and effects of these variables on the behavioral intention to use the application. The results show that the three independent variables—perceived ease of use, service quality, and security—have a positive and statistically significant effect on the intention to use the application, with a significance value of  $p < 0.05$ . Perceived ease of use contributed significantly with a  $t$ -value of 20.613, service quality had the highest contribution with a  $t$ -value of 29.942, while security also had a significant effect with a  $t$ -value of 4.972. The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.926 indicates that approximately 92.6% of the variation in the intention to use the BRImo application can be explained by these three variables. Although the application is generally considered easy to use and provides quality service, aspects such as responsiveness, empathy towards users, and protection of personal data still need improvement to maintain user loyalty and enhance trust sustainably. This study emphasizes the importance of optimal management of these three aspects to increase user satisfaction and encourage ongoing intention to use BRImo. The findings are expected to serve as a foundation for developers and marketers in formulating more effective strategies for application development and service improvement in the future.*

## **PENDAHULUAN**

BRIMO merupakan pengembangan dari BRI Mobile yang mengintegrasikan Mobile banking, internet banking, dan uang elektronik dalam satu aplikasi, sehingga lebih mudah digunakan. Menurut Kotler dan Keller (2016), ini merupakan inovasi digital yang mengutamakan kemudahan dan kepuasan pelanggan. BRIMO juga dilengkapi sistem keamanan yang lebih baik serta teknologi UI dan UX untuk meningkatkan pengalaman pengguna (Nielsen, 2012). Fitur unggulannya mencakup tarik tunai tanpa kartu melalui kode unik dan nomor telepon, akses mutasi rekening dalam format PDF, login dengan fingerprint, serta berbagai fitur pembayaran seperti pada BRI Mobile.

BRI Digital Saving “BRI Buka Rekening” memungkinkan nasabah membuka rekening menggunakan teknologi Face Recognition dan Digital Signature, tanpa perlu datang ke bank. Kini, calon nasabah baru juga dapat menikmati layanan ini, selain nasabah eksisting. Keamanan data terjaga, karena pembukaan rekening hanya dapat dilakukan jika calon nasabah sesuai dengan NIK yang didaftarkan. Selain mendapatkan rekening digital saving, nasabah juga otomatis terdaftar sebagai

pengguna BRImo untuk transaksi digital. Perkembangan teknologi informasi di era digital saat ini berlangsung sangat cepat dan telah memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Menurut Turban et al. (2018), kemajuan teknologi telah mengubah cara individu bekerja, belajar, dan berinteraksi. Perubahan ini juga berdampak pada rutinitas dan perilaku masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi untuk kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam menyelesaikan tugas sehari-hari. Salah satu wujud perubahan perilaku ini adalah pergeseran konsumen ke arah pola konsumsi modern, yang didorong oleh kehadiran perangkat seperti televisi, smartphone, dan internet. Menurut data Internet World Stats, pada akhir 2011 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 55 juta orang, atau 22,4% dari total populasi. Jumlah ini terus meningkat seiring waktu, seiring masyarakat semakin memanfaatkan internet untuk berbagai aktivitas, termasuk e-commerce, e-banking, dan layanan berbasis digital lainnya (Maharani, 2020).

Dalam konteks ini, sektor perbankan menjadi salah satu yang paling terdampak dan harus beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi. Menurut Kotler dan Keller (2016), bank sebagai penyedia jasa keuangan dituntut untuk tidak hanya melayani transaksi konvensional, tetapi juga menghadirkan layanan berbasis teknologi agar tetap relevan dan kompetitif. Teknologi informasi memungkinkan bank untuk menyederhanakan proses operasional dan memperluas jangkauan layanan. Kini, nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi seperti cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan lainnya secara digital melalui aplikasi perbankan yang user-friendly.

Perkembangan teknologi informasi di industri perbankan, khususnya perbankan elektronik (e-banking), telah memungkinkan hal tersebut. Mesin otomatis Anjungan Tunai Mandiri telepon, internet, SMS, Mobile, dan transfer uang elektronik internasional adalah enam kategori yang menjadi bagian dari layanan perbankan elektronik. dalam rangka memenuhi permintaan nasabah akan layanan yang terjangkau, cepat, aman, dan dapat diakses setiap saat. Bank kini menawarkan layanan berbasis teknologi (IT) untuk memudahkan nasabah dalam menggunakan layanan Mobile banking untuk menyelesaikan transaksi keuangan. Mobile banking adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan melalui ponsel. Menurut Laudon dan Traver (2021), Mobile banking merupakan bagian dari e-banking yang menawarkan kemudahan, fleksibilitas, dan efisiensi dalam bertransaksi kapan pun dan di mana pun. Berbeda dengan SMS banking dan internet banking, Mobile banking memiliki antarmuka yang lebih interaktif dan mudah diakses melalui aplikasi.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, turut memanfaatkan teknologi ini. Dengan jaringan luas di seluruh Indonesia, BRI meluncurkan BRIMO (BRI Mobile) pada Februari 2019 sebagai pengembangan dari aplikasi sebelumnya. BRIMO hadir dengan tampilan modern dan fitur yang lebih lengkap, seperti tarik tunai tanpa kartu, login sidik jari, dan akses mutasi rekening dalam bentuk PDF. Menurut Maharani dan Sundari (2019), respon nasabah terhadap BRIMO sangat positif, tercermin dari jumlah pengguna yang mencapai 2,2 juta hingga akhir September 2019. Hal ini menunjukkan tingginya antusiasme masyarakat terhadap layanan perbankan digital yang praktis dan efisien. Minat perilaku penggunaan adalah sejauh mana seseorang secara sadar berencana untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang diprediksi di masa depan. Menurut (Davis et al., 2016) behavioural intention to use mengacu pada tingkat niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan tertentu. Menurut (Aditya, Wardhana, 2017) minat juga dapat menjadi pertanda akan adanya tindakan atau perilaku di masa depan yang akan diulangi.

Niat perilaku untuk menggunakan suatu sistem merupakan prediktor yang akurat terhadap penggunaan aktual di masa mendatang. Oleh karena itu, konstruk ini dianggap representatif dalam mengukur penerimaan konsumen terhadap teknologi (Venkatesh, 2014; Chawla & Joshi, 2019). Venkatesh (2014) menjelaskan bahwa terdapat empat faktor utama yang memengaruhi niat perilaku, yaitu: performance expectancy (keyakinan bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerja), effort expectancy (kemudahan penggunaan), social influence (pengaruh sosial untuk menggunakan teknologi), dan facilitating conditions (dukungan infrastruktur dan teknis yang tersedia).

Salah satu faktor penting adalah persepsi kemudahan penggunaan, yaitu sejauh mana seseorang meyakini bahwa teknologi mudah dipahami dan dioperasikan. Hartono (2014) menyebut persepsi ini sebagai harapan bahwa penggunaan suatu teknologi akan berlangsung dengan mudah. Pavlou (2014) menambahkan bahwa sistem yang intuitif, mudah dinavigasi, dan tidak memerlukan upaya besar cenderung lebih diterima oleh pengguna. Sementara itu, menurut Novi (2015), teknologi yang tidak membutuhkan pengetahuan teknis tinggi akan lebih mudah diterima oleh individu.

Keamanan (security) adalah upaya menjaga risiko tetap rendah dalam penggunaan teknologi. Semakin tinggi tingkat keamanannya, semakin besar kepercayaan dan niat pengguna untuk menggunakannya. Enck, Ongtang, dan McDaniel mendefinisikan keamanan sebagai jaminan bahwa data pengguna tidak akan diakses atau dimanipulasi oleh pihak tak berwenang saat transaksi online. Dalam

konteks Mobile banking, keamanan sangat penting karena melibatkan data sensitif. Ketika merasa aman, pengguna cenderung menggunakan kembali layanan seperti BRIMO. Sundari (2023) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku penggunaan. Namun, Muktisar et al. (2020) menemukan hasil berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh signifikan dari variabel keamanan terhadap minat penggunaan Mobile banking. Kepuasan muncul saat kebutuhan pengguna terpenuhi sesuai harapan, terutama jika didukung oleh kualitas layanan (Putera et al., 2022). Kepuasan juga berperan sebagai mediator antara kualitas layanan dan niat penggunaan (Carvalho et al., 2020; Yosol et al., 2021), serta dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan keamanan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan mampu memediasi hubungan antara kemudahan dan keamanan terhadap minat perilaku penggunaan (Handayani & Zuraida, 2021; Fandiyanto et al., 2022).

Penelitian ini memilih BRIMO sebagai objek karena berdasarkan observasi awal, banyak mahasiswa Universitas Hazairin Bengkulu menjadikan aplikasi ini sebagai e-wallet utama dalam melakukan transaksi e-commerce dan pembayaran UKT. Pemilihan ini didukung oleh pernyataan Kotler dan Keller (2016) bahwa kemudahan akses dan fungsionalitas aplikasi digital dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, Möller dan Halinen (2000) menegaskan bahwa tingkat keamanan yang tinggi mampu menarik minat pengguna untuk melakukan transaksi. BRIMO juga menawarkan berbagai promosi dan diskon yang memengaruhi keputusan konsumen, sejalan dengan pendapat Kotler (2003) bahwa insentif seperti promosi dapat mendorong perilaku pembelian.

## **LANDASAN TEORI**

### **Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran adalah sebuah analisis perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program yang ditujukan untuk buat, bangun, dan pertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk mencapai tujuan atau sasaran organisasi perusahaan. Menurut (Sedyastuti et al., 2021) dikatakan bahwa pemasaran manajemen sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan memperoleh, mempertahankan dan pertumbuhan pelanggan dengan menciptakan, memberikan, dan mengomunikasikan pelanggan berkualitas tinggi nilai-nilai (Pratama et al., 2022).

### **Kualitas Layanan**

Kualitas layanan merupakan keunggulan suatu layanan yang hanya dapat dinilai oleh pelanggan. Kualitas dapat didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan mutu atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan, yang berkaitan dengan harapan mereka. Dengan kata lain, kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan persepsi pelanggan itu sendiri. Artinya, kualitas yang baik tidak ditentukan oleh sudut pandang penyedia jasa, melainkan oleh bagaimana pelanggan memandang dan merasakannya.

### **Keamanan**

Keamanan menjadi perhatian serius ketika melakukan transaksi keuangan melalui saluran elektronik, termasuk dalam penggunaan mobile banking. Hal ini disebabkan oleh tingginya risiko yang mungkin timbul akibat penggunaan teknologi digital, seperti pencurian data, penyalahgunaan informasi pribadi, dan potensi serangan siber lainnya. Dalam konteks ini, keamanan informasi dan transaksi menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan adopsi mobile banking oleh pengguna.

### **Minat Perilaku Penggunaan**

Minat perilaku penggunaan (Behavioral Intentions to Use) membentuk opini konsumen dan diyakini sebagai acuan langsung dengan perilaku yang sebenarnya itu sendiri (Arahita & Hatammimi, 2015). Peneliti menunjukkan bahwa penggunaan teknologi sebagian besar diprakarsai oleh perilaku individu, niat dan evaluasi. Minat perilaku cenderung menengahi hubungan antara variabel perilaku dan aktual implementasi perilaku itu sendiri, sehingga menyebabkan niat untuk meramalkan masa depan tindakan secara akurat (Baker et al., 2007).

## **METODE PENELITIAN**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan cara, langkah, dan prosedur yang lebih melibatkan data dan informasi yang diperoleh melalui responden sebagai subjek yang dapat mencurahkan jawaban dan perasaannya sendiri untuk mendapatkan gambaran umum yang holistik mengenai suatu hal yang diteliti (Djam'an dan Aan, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNHAZ di Kota Bengkulu. Dengan populasi yang besar

maka akan digunakan pengukuran jumlah sampel, karena tidak mungkin bagi peneliti untuk meneliti dengan populasi yang besar tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik non-probability sampling dengan teknik purposive sampling dengan sebanyak 120 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Pernyataan Total Correlation	R Tabel	Keterangan
X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan)	1.	0.800	0.179	Valid
	2.	0.895	0.179	Valid
	3.	0.823	0.179	Valid
	4.	0.788	0.179	Valid
	5.	0.687	0.179	Valid
	6.	0.825	0.179	Valid
	7.	0.865	0.179	Valid
	8.	0.841	0.179	Valid
	9.	0.823	0.179	Valid
	10.	0.801	0.179	Valid
X2 (Kualitas Layanan)	1.	0.817	0.179	Valid
	2.	0.817	0.179	Valid
	3.	0.817	0.179	Valid
	4.	0.827	0.179	Valid
	5.	0.789	0.179	Valid
	6.	0.789	0.179	Valid
	7.	0.849	0.179	Valid
	8.	0.826	0.179	Valid
	9.	0.812	0.179	Valid
	10.	0.776	0.179	Valid
	11.	0.789	0.179	Valid
	12.	0.799	0.179	Valid
	13.	0.824	0.179	Valid
	14.	0.829	0.179	Valid
X3 (Keamanan)	1.	0.764	0.179	Valid
	2.	0.917	0.179	Valid
	3.	0.917	0.179	Valid
	4.	0.917	0.179	Valid
	5.	0.882	0.179	Valid
	6.	0.837	0.179	Valid
Y (Minat Perilaku Penggunaan)	1.	0.434	0.179	Valid
	2.	0.509	0.179	Valid
	3.	0.457	0.179	Valid
	4.	0.569	0.179	Valid
	5.	0.650	0.179	Valid
	6.	0.460	0.179	Valid
	7.	0.544	0.179	Valid
	8.	0.616	0.179	Valid
	9.	0.478	0.179	Valid
	10.	0.493	0.179	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2025, data diolah

Berdasarkan tabel 1 diatas, diketahui bahwa r hitung yang dihasilkan oleh seluruh indikator pada variabel penelitian lebih besar dari r tabel yaitu 0.179. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian adalah valid

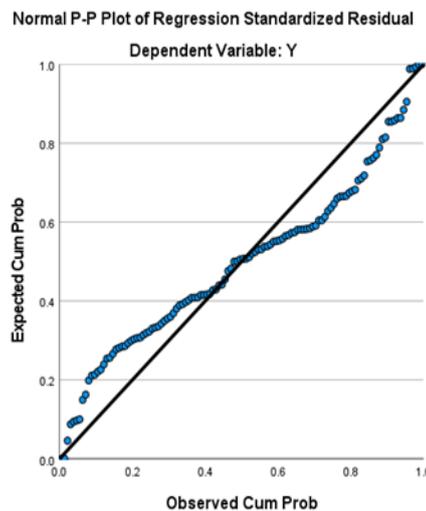
**Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Hasil	Keterangan
X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan)	0,944	Reliabel
X2 (Kualitas Layanan)	0,960	Reliabel
X3 (Keamanan)	0,937	Reliabel
Y (Minat Perilaku Penggunaan)	0,702	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian 2024, diolah

Berdasarkan pada tabel 2 diatas, diketahui bahwa koefisien Cronbach's Alpha variabel penelitian seluruhnya lebih besar dari nilai >0,6 itu artinya bahwa seluruh variabel penelitian adalah reliable (handal) atau menunjukkan bahwa data konsisten

**Gambar 1 Hasil Uji Normalitas**



Berdasarkan gambar 1 pada output SPSS tersebut, dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

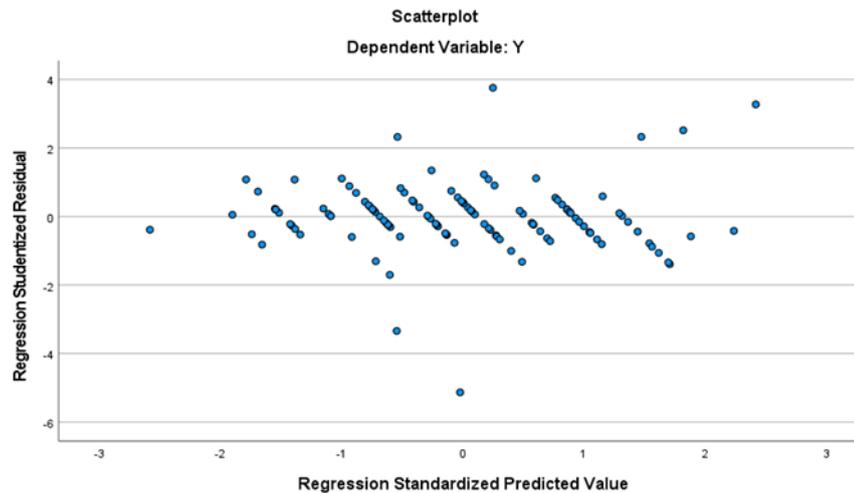
**Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas**

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan)	0,992	1,008	Non Multikolinieritas
2	X2 (Kualitas Layanan)	0,984	1,016	Non Multikolinieritas
3	X3 (Keamanan)	0,977	1,023	Non Multikolinieritas

Sumber: Output SPSS 26 for windows, data diolah (2024)

Sesuai dengan ketentuan uji Multikolinieritas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam data penelitian ini artinya, antara variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), X2 (Kualitas Layanan), X3 (Keamanan) tidak saling mengganggu atau mempengaruhi.

Gambar 2 Hasil Pengujian Heterokedastisitas



Data Analisis Uji Heterokedastisitas dengan grafik plot adalah jika titik dalam grafik tersebar (tidak membentuk pola) maka tidak terjadi Heterokedastisitas Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola teratur. Sehingga dapat disimpulkan pada data dalam penelitian ini tidak terjadi Heterokedastisitas. Artinya, dalam fungsi regresi dipenelitian ini tidak muncul gangguan karena varian yang tidak sama

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14,525	0,636		22,831	0,000		
	X1	0,233	0,011	0,523	20,613	0,000	0,992	1,008
	X2	0,245	0,008	0,762	29,942	0,000	0,984	1,016
	X3	0,073	0,015	0,127	4,972	0,000	0,977	1,023

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian 2025, data diolah

Dari hasil tabel 4 Tabel koefisien regresi menunjukkan nilai koefisien dalam persamaan regresi linier berganda. Nilai persamaan yang dipakai adalah yang berada pada kolom B (koefisien). Standart persamaan regresi linear berganda adalah dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 14,525 + 0,233X_1 + 0,245X_2 + 0,073X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.  $a = 14,525$   
Nilai konstanta menunjukkan bahwa apabila variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), X2 (Kualitas Layanan) dan X3 (Keamanan) nilainya sama dengan 0 maka variabel Y (Minat Perilaku Penggunaan) tetap sebesar 14,525 hal ini berlaku saat dilakukannya penelitian.
2.  $b_1X_1 = 0,233$   
Koefisien regresi variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) mempunyai makna bahwa apabila variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) ditingkatkan sebesar satu satuan maka Y (Minat Perilaku Penggunaan) akan meningkat sebesar 0,233 dengan asumsi atau anggapan variabel lain tetap.
3.  $b_2X_2 = 0,245$   
Koefisien regresi variabel X2 (Kualitas Layanan) mempunyai makna bahwa apabila variabel X2 (Kualitas Layanan) ditingkatkan sebesar satu atau satuan maka Y (Minat Perilaku Penggunaan) akan meningkat sebesar 0,245 dengan asumsi atau anggapan variabel lain tetap.

4.  $B3X3 = 0,073$

Koefisien regresi variabel X3 (Keamanan) mempunyai makna bahwa apabila variabel X3 (Keamanan) ditingkatkan sebesar atau satuan maka Y (Minat Perilaku Penggunaan) akan meningkat sebesar 0,073 dengan asumsi atau anggapan variabel lain tetap.

Berdasarkan Penjelasan diatas Hasil Penelitian Analisis Regresi Linier dianggap Postif dikarenakan:

1. X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) memiliki koefisien sebesar 0,233. Hal ini menunjukkan jika variabel X1 mengalami kenaikan 1 satuan maka nilai Y akan mengalami kenaikan 0,233. Koefisien bernilai positif artinya variabel X1 memiliki dampak positif terhadap variabel Y (Minat Perilaku Penggunaan), semakin tinggi X1 semakin tinggi Y.
2. Variabel hubungan X2 (Kualitas Layanan) memiliki koefisien sebesar 0,245. Hal ini menunjukkan jika variabel X2 mengalami kenaikan 1 satuan maka nilai Y akan mengalami kenaikan 0,245. Koefisien bernilai positif artinya variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) memiliki dampak positif terhadap variabel X2 (Kualitas Layanan) semakin tinggi X2, semakin tinggi Y.
3. Variabel hubungan X3 (Keamanan) memiliki koefisien sebesar 0,073 Hal ini menunjukkan jika variabel X3 mengalami kenaikan 1 satuan maka nilai Y akan mengalami kenaikan 0,073. Koefisien bernilai positif artinya variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) memiliki dampak positif terhadap variabel X2 (Kualitas Layanan), dan memiliki dampak positif terhadap variabel semakin tinggi X3 (Keamanan) maka semakin tinggi Y.

**Tabel 5 Hasil Koefisien Determinasi (R2)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.962 <sup>a</sup>	0,926	0,924	0,715

a. Predictors: (Constant), Konflik Kerja, Stres Kerja, Beban Kerja

Sumber: Penelitian 2025, Data Diolah

Berdasarkan tabel 5 di atas, diketahui koefisien determinasi berganda atau R Square (R2) = 0,926 yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan). X2 (Kualitas Layanan). X3 (Keamanan) memberikan sumbangan pengaruh sebesar 92.6% terhadap variabel Y (Minat Perilaku Penggunaan), sedangkan sisanya sebesar 7,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

**Tabel 6 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,525	0,636		22,831	0,000
	X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan)	0,233	0,011	0,523	20,613	0,000
	X2 (Kualitas Layanan)	0,245	0,008	0,762	29,942	0,000
	X3 (Keamanan)	0,073	0,015	0,127	4,972	0,000

a. Dependent Variable: Y (Minat Perilaku Penggunaan)

Sumber: Hasil Penelitian 2025, data diolah

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji hipotesis parsial menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi (sig) di bawah tingkat signifikansi 0,05. X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan). memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, variabel X2 (Kualitas Layanan) sebesar 0,000, dan variabel X3 (Keamanan) juga sebesar 0,000. Seluruh nilai tersebut berada di bawah ambang batas alpha 0,05, mengindikasikan adanya pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Y (Minat Perilaku Penggunaan).

Selain itu, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) memiliki nilai t hitung sebesar 20,613, lebih besar dari t tabel sebesar 1.65765 ( $20,613 > 1.65765$ ), yang

menandakan pengaruh signifikan secara parsial. Variabel X2 (Kualitas Layanan) menunjukkan nilai t hitung tertinggi sebesar 29,942, yang juga melebihi t tabel ( $29,942 > 1.65765$ ), sehingga memiliki pengaruh signifikan yang kuat. Sementara itu, variabel X3 (Keamanan) mencatat nilai t hitung sebesar 4,972, yang lebih besar dari t tabel ( $4,972 > 1.65765$ ), menegaskan pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel, yaitu X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), X2 (Kualitas Layanan), dan X3 (Keamanan), berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Y (Minat Perilaku Penggunaan). Temuan ini menunjukkan bahwa masing-masing faktor memiliki kontribusi yang signifikan dalam mempengaruhi minat perilaku penggunaan.

**Tabel 7 Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	741,544	3	247,181	483,954	.000 <sup>b</sup>
	Residual	59,247	116	0,511		
	Total	800,792	119			

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai probabilitas (sig) sebesar 0,000 berada di bawah tingkat signifikansi 0,05, dengan nilai F hitung sebesar 483,954 dan F tabel sebesar 3.92. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ( $483,954 > 3.92$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), X2 (Kualitas Layanan), X3 (Keamanan) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Minat Perilaku Penggunaan)

**Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian dengan karakteristik responden, uji T serta Uji F tentang pengaruh X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), X2 (Kualitas Layanan), X3 (Keamanan) terhadap Y (Minat Perilaku Penggunaan), diketahui bahwa Minat Perilaku Penggunaan dipengaruhi oleh X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), X2 (Kualitas Layanan), X3 (Keamanan) itu sendiri. Hal ini dibuktikan dari hasil persamaan regresi linier berganda,  $Y=14,525+0,233X1+0,245X2+0,073X3$  dan besarnya pengaruh tersebut terlihat dari koefisien determinasi atau R Square ( $R^2$ ) = 0,926 yaitu sebesar 92.6% terhadap variabel Minat Perilaku Penggunaan (Y), sedangkan sisanya sebesar 7,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

**Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan**

Kemudahan penggunaan, kualitas layanan, dan keamanan dapat mempengaruhi minat perilaku penggunaan pada aplikasi BRI Mobile (BRIMO) secara signifikan. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Davis (1989), kemudahan penggunaan diukur melalui seberapa mudah pengguna merasa dalam menggunakan suatu teknologi atau sistem. Setiap aspek dari kemudahan penggunaan memiliki dua item pernyataan yang menggambarkan sejauh mana pengguna merasa terbantu dan tidak terbebani oleh penggunaan aplikasi tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan pada aplikasi BRI Mobile (BRIMO) berada dalam kategori yang baik. Meskipun demikian, ada beberapa area yang perlu perbaikan, terutama pada indikator kemudahan dalam penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kemudahan penggunaan sudah dikelola dengan baik, masih ada ruang untuk peningkatan dalam pengoptimalan antarmuka dan sistem yang digunakan agar semakin mudah diakses oleh pengguna. Sebaliknya, pengelolaan yang cukup efektif mencerminkan upaya BRI dalam mengoptimalkan sistem yang dihadapi oleh pengguna aplikasi BRI Mobile (BRIMO).

Teori yang diajukan oleh Venkatesh & Davis (2000) mendukung temuan ini, yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan yang tinggi dapat meningkatkan niat penggunaan dan kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Lee et al. (2005) juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan. Pengelolaan kemudahan penggunaan yang baik dapat menciptakan pengalaman pengguna yang positif, mengurangi hambatan dalam penggunaan, dan mendorong pengguna untuk terus berinteraksi dengan aplikasi tersebut.

Hasil uji signifikansi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi BRI Mobile (BRIMO), dengan nilai signifikansi (sig) yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan

berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan minat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Perilaku Penggunaan (Y) pada aplikasi BRI Mobile (BRIMO). Pengelolaan kemudahan penggunaan yang optimal, yang terbukti signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna, akan menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik, meningkatkan kepuasan, dan mendukung peningkatan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan**

Kualitas layanan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi minat perilaku penggunaan suatu layanan secara langsung. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2013), kualitas layanan dapat diukur melalui lima indikator utama: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dalam penelitian ini, pengelolaan kualitas layanan pada aplikasi BRI Mobile (BRIMO) menunjukkan hasil yang baik, dengan nilai rata-rata yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Namun, meskipun nilai rata-rata masih dalam kategori baik, terdapat beberapa area yang memerlukan perhatian lebih, khususnya dalam aspek daya tanggap dan empati. Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada ruang untuk meningkatkan kecepatan dan perhatian terhadap kebutuhan pengguna, yang bisa menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan mereka. Sebaliknya, nilai tertinggi menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik telah berkontribusi secara positif terhadap kepuasan pengguna, mendorong mereka untuk terus menggunakan aplikasi BRI Mobile (BRIMO).

Teori yang diajukan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) mendukung temuan ini, yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan minat perilaku penggunaan, karena dapat memberikan pengalaman yang memuaskan dan mengurangi hambatan dalam penggunaan. Pengelolaan kualitas layanan yang efektif memungkinkan pengguna merasa lebih dihargai dan nyaman, yang akhirnya meningkatkan tingkat penggunaan layanan tersebut. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Hsieh (2010), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan suatu aplikasi.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Perilaku Penggunaan, dengan nilai probabilitas ( $\text{sig}$ ) < 0,05. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa kualitas layanan yang dikelola dengan baik dapat menciptakan pengalaman pengguna yang lebih positif, meningkatkan minat pengguna, dan pada akhirnya mendorong peningkatan penggunaan aplikasi BRI Mobile (BRIMO).

### **Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan**

Keamanan adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi minat perilaku penggunaan suatu layanan secara langsung. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Anderson dan Agarwal (2010), keamanan dapat diukur melalui beberapa indikator utama, seperti keamanan data, perlindungan informasi pribadi, dan perlindungan terhadap risiko yang dapat merugikan pengguna. Dalam penelitian ini, pengelolaan keamanan pada aplikasi BRI Mobile (BRIMO) menunjukkan hasil yang baik, dengan sebagian besar pengguna merasa aman dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Namun, meskipun keamanan sudah dikelola dengan baik, masih ada area yang perlu perhatian lebih, terutama dalam hal perlindungan data pribadi pengguna. Pengelolaan yang efektif dalam hal ini dapat memberikan dampak positif terhadap kepuasan pengguna, yang akan mendorong mereka untuk terus menggunakan aplikasi BRI Mobile (BRIMO). Sebaliknya, pengelolaan keamanan yang lebih kuat menunjukkan bahwa aplikasi BRI Mobile (BRIMO) telah memberikan rasa aman yang signifikan, mendorong pengguna untuk lebih aktif menggunakan aplikasi tersebut.

Teori yang dikemukakan oleh Lee dan Zhang (2017) menyatakan bahwa keamanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pengguna, yang pada gilirannya akan meningkatkan minat penggunaan layanan atau aplikasi tersebut. Penelitian oleh Kim, Shin, dan Kim (2009) juga menunjukkan bahwa faktor keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi mobile. Dengan adanya pengelolaan keamanan yang baik, pengguna merasa lebih terlindungi, yang dapat mengurangi kekhawatiran mereka dalam menggunakan aplikasi, dan meningkatkan loyalitas pengguna.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Perilaku Penggunaan pada aplikasi BRI Mobile (BRIMO), dengan nilai probabilitas ( $\text{sig}$ ) < 0,05. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa pengelolaan keamanan yang efektif dapat menciptakan pengalaman pengguna yang lebih positif, meningkatkan rasa aman, dan pada akhirnya mendorong peningkatan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan.

## **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan. Kualitas Layanan. Keamanan terhadap Minat Perilaku Penggunaan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, dan keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi BRI Mobile (BRIMO). Minat perilaku penggunaan merupakan refleksi dari bagaimana pengguna menilai aplikasi dalam hal kenyamanan, keamanan, dan kualitas layanan yang diberikan. Persepsi kemudahan penggunaan diukur berdasarkan seberapa mudah pengguna merasa dalam mengoperasikan aplikasi, sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Davis (1989). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi BRI Mobile berada pada kategori baik, yang mencerminkan bahwa sebagian besar pengguna merasa aplikasi ini mudah digunakan. Meskipun demikian, terdapat beberapa aspek yang masih perlu perbaikan untuk memastikan pengguna tidak mengalami hambatan saat mengakses fitur-fitur aplikasi tersebut.

Kualitas layanan pada aplikasi BRI Mobile (BRIMO) diukur menggunakan indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, sesuai dengan teori Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan aplikasi BRI Mobile juga berada dalam kategori baik, yang berarti sebagian besar pengguna merasa puas dengan kualitas yang diberikan. Namun, ada beberapa area yang memerlukan perhatian lebih, khususnya dalam hal kecepatan respon terhadap masalah yang dihadapi pengguna. Pengelolaan kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pengguna dan memotivasi mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Keamanan adalah faktor kunci yang dapat mempengaruhi minat perilaku penggunaan aplikasi. Keamanan diukur berdasarkan perlindungan data pribadi, perlindungan terhadap risiko digital, dan rasa aman saat menggunakan aplikasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan aplikasi BRI Mobile (BRIMO) memiliki dampak signifikan terhadap minat perilaku penggunaan, dengan sebagian besar pengguna merasa aman saat melakukan transaksi melalui aplikasi tersebut. Keamanan yang baik tidak hanya menciptakan rasa percaya diri pada pengguna, tetapi juga mendorong mereka untuk terus menggunakan aplikasi.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Perilaku Penggunaan aplikasi BRI Mobile (BRIMO), yang diukur dengan nilai probabilitas ( $\text{sig} < 0,05$ ). Pengelolaan yang baik terhadap ketiga faktor ini dapat meningkatkan pengalaman pengguna, meningkatkan kepuasan, dan mendorong peningkatan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan). X2 (Kualitas Layanan). X3 (Keamanan) memiliki pengaruh signifikan terhadap Y (Minat Perilaku Penggunaan) pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi BRIMO sebagai berikut:

#### **1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan**

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Perilaku Penggunaan (Y). Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 483,954, yang lebih besar dari F-tabel 3,92 ( $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ ), yang mengindikasikan bahwa model regresi yang mencakup Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi BRIMO. Selain itu, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) memiliki nilai t-hitung sebesar 20,613, yang lebih besar dari t-tabel 1,65765 ( $20,613 > 1,65765$ ), yang menandakan pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat perilaku penggunaan.

#### **2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan**

Kualitas Layanan (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Perilaku Penggunaan (Y). Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi BRIMO, dengan nilai F-hitung yang lebih besar dari F-tabel. Uji t untuk X2 (Kualitas Layanan) menunjukkan nilai t-hitung tertinggi sebesar 29,942, yang juga melebihi t-tabel 1,65765 ( $29,942 > 1,65765$ ), yang menunjukkan pengaruh signifikan yang kuat terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi.

#### **3. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan**

Keamanan (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Perilaku Penggunaan (Y). Hasil uji F pada variabel Keamanan menunjukkan bahwa faktor ini juga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan. Uji t untuk X3 (Keamanan) mencatat nilai t-hitung sebesar 4,972, yang lebih besar

dari t-tabel 1,65765 ( $4,972 > 1,65765$ ), menegaskan pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi BRI Mobile (BRIMO).

#### 4. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan. Kualitas Layanan. Keamanan terhadap Minat Perilaku Penggunaan

Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Perilaku Penggunaan aplikasi BRIMO. Uji F menunjukkan bahwa model regresi yang menggabungkan ketiga variabel ini memiliki signifikansi yang tinggi, dengan nilai F-hitung 483,954, yang lebih besar dari F-tabel 3,92, yang mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan minat perilaku penggunaan aplikasi.

#### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diusulkan, yaitu:

##### 1. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Bagi Peneliti Selanjutnya: Penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Perilaku Penggunaan aplikasi BRIMO. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas studi dengan melibatkan sampel yang lebih besar, serta menambahkan variabel lain yang relevan, seperti kepuasan pengguna, motivasi, atau faktor demografis yang dapat memengaruhi minat perilaku penggunaan aplikasi. Penelitian lanjutan juga bisa mengeksplorasi hubungan antara pengaruh jangka panjang ketiga faktor tersebut terhadap retensi pengguna aplikasi, guna memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku penggunaan aplikasi di masa depan.

##### 2. Bagi Pengguna Aplikasi BRIMO:

Bagi pengguna aplikasi BRIMO, disarankan untuk memberikan umpan balik secara rutin kepada pihak BRI mengenai pengalaman penggunaan aplikasi. Hal ini akan membantu perusahaan dalam mengidentifikasi area yang perlu perbaikan atau pengembangan lebih lanjut. Selain itu, pengguna diharapkan untuk menjaga keamanan akun pribadi mereka dengan mengikuti prosedur keamanan yang disarankan oleh aplikasi, seperti mengaktifkan otentikasi dua faktor (2FA), untuk memastikan transaksi yang dilakukan tetap aman.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Wardhana, D. E. (2017). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan sistem informasi. *Jurnal Sistem Informasi*, 13(2), 89–96.
- Baabdullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Patil, P., & Dwivedi, Y. K. (2019). An integrated model for m-banking adoption in Saudi Arabia. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 452–478.
- Carvalho, F., Francisco, M., & Ferreira, J. (2020). The impact of service quality on customer satisfaction and behavioral intentions in e-banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 102–118.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer acceptance of mobile wallets: An empirical study in India. *Journal of Indian Business Research*, 11(1), 30–50.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (2016). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Dewi, N. W. R., & Warmika, I. G. K. (2016). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan sikap pengguna terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(1), 23–30.
- Enck, W., Ongtang, M., & McDaniel, P. (2012). Understanding android security. *IEEE Security & Privacy*, 7(1), 50–57.
- Fandiyanto, S. F., Nugroho, A., & Lestari, S. D. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan dan minat penggunaan mobile banking. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 45–56.
- Gazor, H. (2012). Measuring service quality in the banking industry. *Journal of Management Research*, 4(1), 1–12.
- Handayani, R., & Zuraida, S. (2021). Peran kepuasan sebagai mediasi persepsi kemudahan dan keamanan dalam penggunaan mobile banking. *Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 22(2), 78–85.
- Hartono, J. (2014). *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Hayunda, N. T., Hidayati, A., & Puspita, V. (2023). Efektivitas Dan Efisiensi Sistem Pembayaran Non Tunai Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Dalam Mempengaruhi Inklusi

- Keuangan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Di Kc Kota Bengkulu. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 299-309.
- Internet World Stats. (2011). Usage and population statistics: Indonesia. Retrieved from <https://www.internetworldstats.com>
- Kalakota, R., & Whinston, A. B. (2014). *Frontiers of electronic commerce*. Addison-Wesley.
- Kalakota, R., & B. W. A. (1996). *Electronic commerce: A manager's guide*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2003). *Marketing insights from A to Z: 80 concepts every manager needs to know*. John Wiley & Sons.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, society (16th ed.)*. Pearson.
- Maharani, D. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan internet banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 12–20.
- Maharani, D., & Sundari, I. (2019). Analisis kepuasan pengguna aplikasi BRIMO di kalangan mahasiswa. *Jurnal Sistem Informasi*, 14(2), 123–134.
- Maharani, D., & Sundari, I. (2023). Persepsi kemudahan dan minat penggunaan mobile banking di kalangan milenial. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 8(1), 33–41.
- Möller, K., & Halinen, A. (2000). Relationship marketing theory: Its roots and direction. *Journal of Marketing Management*, 16(1–3), 29–54.
- Muktisar, F., Rahmawati, S., & Rini, A. (2020). Pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan mobile banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 10(2), 56–62.
- Nielsen, J. (2012). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann.
- Novi, F. (2015). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi*, 9(1), 42–51.
- Pavlou, P. A. (2014). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Puspita, V., & Safrianti, S. (2024). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tik Tok Shop Di Kota Bengkulu. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 133-142.
- Putera, A. P., Hidayat, R., & Ramadhan, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada mobile banking. *Jurnal Manajemen Perbankan*, 8(2), 88–97.
- Qalati, S. A., Ostic, D., & Bhatti, Z. A. (2019). Examining the impact of service quality on customer satisfaction and loyalty in e-banking. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 24(3), 1–19.
- Ramadhan, A., & Ningrum, S. (2015). Pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat penggunaan mobile banking. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 59–67.
- Sari, R. P. (2018). Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan mobile banking pada mahasiswa. *Jurnal Sistem Informasi*, 14(2), 88–95.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sundari, I. (2023). Pengaruh keamanan terhadap niat penggunaan aplikasi perbankan digital. *Jurnal Keamanan Siber dan Informasi*, 4(1), 23–30.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Turban, E., Volonino, L., & Wood, G. (2018). *Information technology for management: On-demand strategies for performance, growth and sustainability (10th ed.)*. Wiley.
- Venkatesh, V. (2014). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376.
- Wahyuni, S., & Praninta, N. (2021). Kualitas layanan dan minat penggunaan mobile banking: Studi empiris pada generasi Z. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 40–49.
- Yosal, I., Ramadhan, R., & Haris, A. (2021). Kepuasan sebagai mediasi antara kualitas layanan dan minat penggunaan aplikasi keuangan digital. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 16(1), 56–64.