

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED ENJOYMENT* DAN *TRUST* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* PADA *MOBILE BANKING* BSI DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi Pada Nasabah BSI Kota Bandar Lampung)**

**Skripsi**

**Oleh**

**YESPI YUNIKA HANI  
NPM: 2051020184**



**Program Studi : Perbankan Syari'ah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1445 H / 2024 M**

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED ENJOYMENT*  
DAN *TRUST* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* PADA  
*MOBILE BANKING* BSI DENGAN KEPUASAN  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi Pada Nasabah BSI Kota Bandar Lampung)**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

**Yespi Yureka Hani**

**NPM: 2051020184**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**Pembimbing I : Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy.  
Pembimbing II : Agus Kurniawan, S.E., M.S.Akt**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG**

**1445 H / 2024 M**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* dan *trust* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI dengan kepuasan sebagai variabel moderasi. Saat ini industri perbankan telah mengembangkan berbagai saluran perbankan elektronik. Aplikasi *mobile banking*, yang menawarkan berbagai layanan keuangan kepada nasabah melalui teknologi informasi dan komunikasi. Namun masih ada orang-orang disekitar kita belum memahami manfaat dan keuntungan dari aplikasi *M-Banking*. Oleh karena itu, dibutuhkan sistem informasi yang menawarkan manfaat dalam menjalankan teknologi yang disebut TAM. TAM menawarkan hubungan dengan pengguna teknologi dalam berbagai jenis pengguna.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang di dapat melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini, *skala likert* digunakan. Penelitian ini menggunakan Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) yang menggunakan program *Partial Least Square* (PLS). Dalam penelitian ini, *Smart PLS* atau *software* statistik digunakan untuk mempermudah olah data SEM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan hubungan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI. Adanya pengaruh positif dan signifikan *perceived enjoyment* terhadap *continuance intention*. Adanya pengaruh positif dan signifikan hubungan *trust* terhadap *continuance intention*. Serta kepuasan berpengaruh tidak signifikan dengan *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* dan *trust* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan memperlemah hubungan *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* dan *trust* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI.

**Kata Kunci:** *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Trust*, Kepuasan, *Mobile banking* dan *Continuance Intention*.

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of perceived usefulness, perceived enjoyment and trust on continuance intention in BSI mobile banking with satisfaction as a moderating variable. Currently, the banking industry has developed various electronic banking channels. Mobile banking application, which offers various financial services to customers through information and communication technology. However, there are still people around us who don't understand the benefits and advantages of the M-Banking application. Therefore, an information system is needed that offers benefits in running the technology called TAM. TAM offers relationships with technology users across a wide range of user types.*

*This research uses a quantitative approach using primary data obtained through distributing questionnaires. In this study, a Likert scale was used. This research uses Structural Equation Modeling (SEM) which uses the Partial Least Square (PLS) program. In this research, Smart PLS or statistical software is used to make SEM data processing easier.*

*The results of this research show that there is a positive and significant relationship between perceived usefulness and continuance intention in BSI mobile banking. There is a positive and significant influence of perceived enjoyment on continuance intention. There is a positive and significant influence of trust relationships on continuance intention. And satisfaction has no significant effect on perceived usefulness, perceived enjoyment and trust on continuance intention in BSI mobile banking. This shows that satisfaction weakens the relationship between perceived usefulness, perceived enjoyment and trust on continuance intention in BSI mobile banking.*

**Keywords:** *Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Trust, Satisfaction, Mobile banking and Continuance Intention.*



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Yespi Yunika Hani  
NPM : 2051020184  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* dan *Trust Terhadap Continuance Intention* Pada *Mobile Banking* BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Nasabah BSI Kota Bandar Lampung)**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 1 April 2024  
Penulis,



Yespi Yunika Hani  
NPM. 2051020184



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721)703260*

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi** : **Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment* dan *Trust* Terhadap *Continuance Intention* Pada *Mobile Banking* BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Nasabah BSI Kota Bandar Lampung)**

**Nama** : **Yespi Yunika Hani**  
**NPM** : **2051020184**  
**Jurusan** : **Perbankan Syariah**  
**Fakultas** : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

**Pembimbing I,**

**Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy**  
**NIP. 198605172015031005**

**Pembimbing II,**

**Agus Kurniawan, S.E., M.S.Akt**  
**NIP. 197612262023211004**

**Mengetahui,**  
**Ketua Jurusan Perbankan Syari'ah**

**Any Eliza, S.E., M.Ak.**  
**NIP. 198308152006012009**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* dan *Trust* Terhadap *Continuance Intention* Pada *Mobile Banking* BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Nasabah BSI Kota Bandar Lampung)”** disusun oleh **Yespi Yunika Hani**, NPM: 2051020184, Program Studi Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Selasa, 30 April 2024.**

**TIM PENGUJI**

**Ketua** : **A. Zuliansyah, M.M** (.....)

**Sekretaris** : **Adhe Risky Mayasari, M.Pd** (.....)

**Penguji I** : **Yetri Martika Sari, M.Acc** (.....)

**Penguji II** : **M. Kurniawan, M.E., Sy** (.....)

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., CA**  
**NIP. 197009262008011008**

## MOTTO

يَتَكَاَسَلُ لِمَنْ الْعُقْبَىٰ فَنَدَامَةٌ غَافِلًا وَلَا تَكُنْ تَكْسَلًا وَلَا اجْهَدُ

*“Bersungguh-sungguhlah dan jangan bermalas-malasan, karena penyesalan itu bagi orang yang bermalas-malasan”*

**(H Ahmad Niam Syukri Masruri)**



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, saya persembahkan karya yang sederhana ini kepada orang yang selalu memberi dukungan dan doa. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahku tercinta Hargiyanto dan Ibuku tersayang Eni Eliyani yang telah mengorbankan segalanya untukku, memberi semangat, mengajarku kesabaran, keikhlasan, bekerja keras, optimis dan pantang menyerah dalam menggapai target hidup, serta tiada henti-hentinya mendoakan disetiap detikku melangkah.
2. Untuk kakakku tersayang Diah Dewi Palupi yang selalu memberi dukungan dan doa untukku.
3. Untuk keluarga besarku yang senantiasa memberi dukungan, semangat dan doanya untukku dalam menyelesaikan tugas akhir diperkuliahan ini.
4. Untuk almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung.

Semoga Allah SWT membalas pengorbanan dan kebaikan kalian dengan memberikan perlindungan kesehatan dan kebahagiaan tiada akhir. Amin yarobball'amin.

## RIWAYAT HIDUP

Yespi Yunika Hani, dilahirkan di Kalipapan pada tanggal 06 Juni 2002, anak kedua dari 2 bersaudara. Anak dari pasangan bapak Hargiyanto dan ibu Eni Eliyani. Mempunyai kakak kandung yang bernama Diah Dewi Palupi. Pendidikan dimulai dari TK IKI PTPN VII Tulung Buyut dan selesai pada tahun 2008, Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Kalipapan Way Kanan dan selesai pada tahun 2014, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 6 Kotabumi Lampung Utara dan selesai pada tahun 2017, Madrasah Aliyah Negeri 2 Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2020 dan mengikuti pendidikan Tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dimulai pada semester 1 Tahun Akademik 2020/2021.

Bandar Lampung, 30 Januari 2024

Penulis

**Yespi Yunika Hani**  
**NPM. 2051020184**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan Salam semoga dapat tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat-sahabat beliau yang telah menunjukkan jalan serta petunjuk yang benar bagi umatnya, semoga kita semua mendapat syafaatnya di yaumul akhir kelak, aamiin yarabbal'alamin.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa tugas ini tidaklah berhasil dengan begitu saja tanpa adanya bimbingan, tuntunan, motivasi serta fasilitas yang diberikan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis haturkan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Prof.H.Wan Jamaluddin Z,M.Ag., Ph.D. selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung.
2. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung.
3. Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung.
4. Ibu Femei Purnamasari, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung.
5. Bapak Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy. selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis hingga terselesainya skripsi ini.
6. Bapak Agus Kurniawan, S.E., M.Ak. selaku Pembimbing II yang juga telah membimbing dan mengarahkan penulis hingga terselesainya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung yang telah banyak membantu dan memberikan ilmunya kepada penulis selama menempuh perkuliahan ini sampai dengan selesai.

8. Kedua orangtuaku ayahku tercinta Hargiyanto dan ibuku tersayang Eni Eliyani yang mengorbankan segalanya untukku, memberiku semangat, mengajarkanku kesabaran, keikhlasan, bekerja keras, optimis dan pantang menyerah dalam menggapai target hidup, serta tiada hentinya mendoakan disetiap detik langkahku.
9. Kakakku tersayang Diah Dewi Palupi yang selalu memberikan dukungan dan doanya untukku.
10. Keluarga besarku yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan doanya untukku dalam menyelesaikan tugas akhir di perkuliahan ini.
11. Teman-teman seperjuanganku kelas B Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2020.
12. Seluruh pihak yang membantu hingga terselesainya penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap orang yang membacanya, Amiin.

Bandar Lampung, 30 Januari 2024  
Penulis

**Yespi Yunika Hani**  
**NPM. 2051020184**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN .....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	4
C. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	16
D. Rumusan Masalah .....	16
E. Tujuan Penelitian .....	17
F. Manfaat Penelitian .....	17
G. Kajian Penelitian Terahulu yang Relevan .....	18
H. Sistematika Penulisan .....	32
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGUJIAN HIPOTESIS</b>	
A. Landasan Teori.....	35
1. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	35
a. Pengertian TAM.....	35
2. Bank Syariah .....	37
a. Pengertian Bank Syariah.....	37
b. Sumber Dana Bank Syariah.....	38
c. Jenis Produk Bank Syariah .....	39
3. <i>Continuance Intention</i> .....	39
a. Pengertian <i>Continuance Intention</i> .....	39
b. Indikator <i>Continuance Intention</i> .....	40
4. Perceived .....	40
a. Pengertian Percieved.....	40

5.	<i>Perceived Usefulness</i> .....	41
a.	Pengertian <i>Perceived Usefulness</i> .....	41
b.	Indikator <i>Perceived Usefulness</i> .....	41
6.	<i>Perceived Enjoyment</i> .....	42
a.	Pengertian <i>Perceived Enjoyment</i> .....	42
b.	Indikator <i>Perceived Enjoyment</i> .....	42
7.	<i>Trust</i> .....	42
a.	Pengertian <i>Trust</i> .....	42
b.	Indikator <i>Trust</i> .....	43
8.	<i>Mobile Banking</i> .....	44
a.	Pengertian <i>Mobile Banking</i> .....	44
b.	Manfaat <i>Mobile Banking</i> .....	44
c.	Fitur dan Layanan BSI Mobile Banking .....	45
d.	Cara menggunakan <i>Mobile Banking</i> .....	47
e.	Keunggulan BSI Mobile Banking.....	48
9.	Kepuasan .....	48
a.	Pengertian Kepuasan.....	48
b.	Faktor Penyebab Ketidakpuasan.....	49
c.	Indikator Kepuasan .....	50
10.	Nasabah .....	50
a.	Pengertian Nasabah.....	50
B.	Kerangka Pemikiran .....	51
C.	Pengujian Hipotesis .....	52

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	57
B.	Pendekatan dan Sifat Penelitian.....	57
C.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data.....	58
D.	Definisi Operasional Variabel .....	61
E.	Metode Penelitian .....	65

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A.	Deskripsi Data.....	71
B.	Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis.....	87

### **BAB V PENUTUP**

A.	Simpulan.....	95
B.	Rekomendasi.....	96

### **DAFTAR RUJUKAN**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pengguna Mobile Banking .....	7
Tabel 1.2	Kajian Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1	Pengukuran Skala Likert .....	61
Tabel 3.2	Ringkasan Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	63
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	73
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Saldo 100.000 .....	73
Tabel 4.6	Data Hasil Outer Loading ( <i>Measurement Model</i> ) .....	74
Tabel 4.7	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	76
Tabel 4.8	Data hasil <i>Cross Loading</i> .....	77
Tabel 4.9	Data hasil <i>Fornell Larcker Criterion</i> .....	79
Tabel 4.10	Data hasil Chronbach Alpha dan Composite Reliability .....	80
Tabel 4.11	Ringkasan Data Hasil <i>Outer Model (Measurement Model)</i> .....	80
Tabel 4.12	Hasil Uji Nilai R-Square .....	82
Tabel 4.13	Hasil <i>Path Coefficient</i> .....	83
Tabel 4.14	Hasil Uji Q-Square .....	84
Tabel 4.15	Hasil Uji Hipotesis .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	51
-------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Tabulasi Data Kuisisioner
- Lampiran 3. Hasil Olah Data SmartPLS
- Lampiran 4. Dokumentasi
- Lampiran 5. Hasil Turnitin



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas. Maka perlu adanya penjelasan terkait istilah yang penulis gunakan didalam skripsi ini guna mempertegas pokok bahasan. Berdasarkan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman dengan apa yang penulis maksudkan. Adapun judul penelitian ini adalah **“Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* dan *Trust* Terhadap *Continuance Intention* pada *Mobile Banking* BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Nasabah BSI Kota Bandar Lampung)”**. Adapun beberapa istilah di dalam judul skripsi ini yang perlu diuraikan adalah sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh

Pengaruh, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kekuatan yang ada atau muncul dari sesuatu (orang atau benda) yang mempengaruhi sikap, keyakinan, atau tindakan seseorang.<sup>1</sup> Suatu pola kausalitas, atau sebab akibat dari satu atau lebih variabel terhadap yang lain. Reaksi yang muncul sebagai hasil dari tindakan yang bertujuan untuk mendorong perubahan dalam berbagai cara.

#### 2. *Perceived Usefulness*

Fungsi atau manfaat yang dirasakan pengguna setelah menggunakan suatu barang atau jasa disebut *Perceived Usefulness*. Semakin banyak fungsi yang anda rasakan, maka semakin puas anda dan lebih tertarik untuk menggunakannya lagi<sup>2</sup>. Sejauh mana pengguna mempercayai suatu sistem yang dapat meningkatkan kinerjanya dan membuatnya lebih mudah digunakan secara fisik dan mental adalah fungsinya. Rasa manfaat dari penggunaan teknologi akan memengaruhi perilaku dan tindakan, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang

---

<sup>1</sup> Hasan Alwi, ‘Kamus Besar Bahasa Indonesia’, 2012.

<sup>2</sup> Mario Budirahardjo and Dwinita Laksmidewi, ‘Faktor Yang Mendorong Intensi Untuk Melanjutkan Penggunaan Dompot Digital: Studi Pada Pengguna Di Pulau Jawa’, *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8.2 (2022).

manfaat penggunaan sistem, semakin banyak teknologi informasi yang digunakan.

### **3. *Perceived Enjoyment***

*Perceived Enjoyment* atau kenikmatan yang dirasakan adalah motivasi intrinsik yang menekankan proses penggunaan dan menunjukkan kepuasan dan kepuasan yang terkait dengan menggunakan sistem.<sup>3</sup> Seseorang akan memiliki persepsi yang lebih baik jika mereka menikmati menggunakan teknologi atau sistem. Kesenangan ini sangat penting saat digunakan secara langsung maupun tidak langsung, dan berdampak pada keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi. Dengan kata lain, jika sistem tertentu dianggap lebih mudah digunakan dibandingkan sistem lain, maka pengguna kemungkinan besar akan lebih senang dengan sistem tersebut.

### **4. *Trust***

Kepercayaan atau *Trust* adalah perasaan positif tentang kepercayaan, ketergantungan, dan keyakinan seseorang terhadap seseorang, hal, atau proses.<sup>4</sup> Perilaku pelanggan dipengaruhi oleh kepercayaan, yang mencakup keinginan untuk menggunakan kembali, terus menggunakan, dan menganggap teknologi sebagai alat yang dapat diandalkan. Konsumen memulai dengan kepercayaan terhadap barang atau jasa karena mereka yakin bahwa apa yang diharapkan akan sesuai dengan keinginan mereka.

### **5. *Continuance Intention***

*Continuance Intention* atau niat penggunaan berkelanjutan adalah seberapa besar keinginan pelanggan untuk menggunakan produk atau layanan lagi dan lagi. Karena usaha yang dikeluarkan suatu perusahaan akan lebih sulit untuk mencari pelanggan baru daripada mempertahankan pelanggan yang sudah ada, kontinuitas

---

<sup>3</sup> I Made Wardana and Made Ayu Swari Oktarini, 'Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention', *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1.2 (2018), 227-37.

<sup>4</sup> Akbar dan Agung Yuniarinto, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Berkelanjutan Di Mediasi Oleh Kepercayaan', *Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01.4 (2022), 487-96.

niat penting.<sup>5</sup> *Continuance intention* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seberapa baik seseorang akan menggunakan kembali jasa dari perusahaan yang sama dengan mempertimbangkan kemungkinan dan kondisi saat ini.

## **6. Mobile Banking**

*Mobile banking* juga dikenal sebagai "Mbanking", adalah layanan perbankan yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi keuangan melalui aplikasi perangkat seluler seperti ponsel atau tablet.<sup>6</sup> Pada akhirnya, bank menawarkan layanan mobile banking untuk memuaskan pelanggan dan meningkatkan layanan perbankan mereka. Transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dll. menjadi mudah bagi orang-orang yang memiliki ponsel kapan saja dan di mana saja dengan layanan ini.

## **7. Kepuasan**

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai seberapa besar perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau pelayanan yang diterimanya, apakah sesuai dengan harapannya atau tidak.<sup>7</sup> Produsen atau penyedia jasa dapat melakukan tindakan untuk memberikan nilai yang dirasakan konsumen sesuai atau lebih besar dari suatu produk atau jasa sehingga dapat mempengaruhi keinginan mereka untuk menggunakannya lagi. Seseorang akan merasa puas jika harapannya terpenuhi, jika mereka merasa puas mereka akan terus menggunakan pilihan mereka.

---

<sup>5</sup> E D Putra, S Athallah, and A Yusuf, 'Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, Dan Satisfaction Terhadap Continued IT Usage Intention: Expected-Confirmation ...', ... : *Manajemen, Koperasi, Dan ...*, 13.1 (2023), 1–19.

<sup>6</sup> Abi Fadlan, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)', *Photosynthetica*, 2.1 (2018), 1–13.

<sup>7</sup> Findy dan Tri Indra Wijaksana Meileny, 'Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia', *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4.2 (2020), 1–9.

## 8. Nasabah

Nasabah adalah seseorang yang menyimpan atau menggunakan produk yang ditawarkan atau dijual oleh suatu bank.<sup>8</sup> Jika pelanggan menunjukkan loyalitas terhadap produk atau jasa tersebut, itu menunjukkan proses yang dimulai dengan sikap positif dan kemudian ditunjukkan dengan perilaku yang menarik terhadap barang atau jasa tersebut.

Berdasarkan uraian penegasan judul diatas yang bertujuan agar mempermudah pemahaman juga untuk mengarahkan pada pengertian yang jelas sesuai dengan yang dikehendaki peneliti, maka dapat ditegaskan bahwa judul penelitian ini adalah kajian yang menganalisis bagaimana pengaruh *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* dan *trust* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI dengan kepuasan sebagai variabel moderasi (studi pada nasabah BSI Kota Bandar Lampung).

## B. Latar Belakang

Dunia memasuki era kontemporer sebagai akibat dari kemajuan teknologi yang sangat pesat. Kehidupan sekarang seperti tidak ada batas ruang dan waktu karena teknologi informasi. Masyarakat lebih suka memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kebutuhannya. Tatanan manusia telah berubah secara keseluruhan sebagai akibat dari penemuan teknologi terbaru yang dilakukan oleh manusia sendiri. Seiring dengan kemajuan teknologi, kehidupan manusia semakin dinamis. Kebutuhan manusia yang semakin meningkat dapat dipenuhi berkat kemajuan teknologi saat ini.<sup>9</sup>

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga mempengaruhi industri perbankan. Menurut Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada

---

<sup>8</sup> Margaretha Oktavia Pranoto and R. Gunawan Setianegara, 'Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)', *Keunis*, 8.1 (2020).

<sup>9</sup> Putra, Athaullah, and Yusuf.

masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lain untuk membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat.<sup>10</sup>

Dari pemahaman di atas, dapat dijelaskan secara lebih luas bahwa bank adalah badan usaha yang bekerja di bidang keuangan; segala kegiatan yang mereka lakukan berkaitan dengan bidang keuangan. Untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi saat ini, industri perbankan telah mengembangkan berbagai saluran perbankan elektronik. Aplikasi *mobile banking*, yang menawarkan berbagai layanan keuangan kepada nasabah melalui teknologi informasi dan komunikasi, merupakan salah satu kemajuan perbankan di era digital.<sup>11</sup>

Aplikasi *mobile banking* memudahkan pelanggan melakukan transaksi perbankan dengan hanya menggunakan smartphone yang terhubung ke internet.<sup>12</sup> Praktek *mobile banking* ini pasti akan mengubah bagaimana bank beroperasi. *mobile banking* memungkinkan pelanggan membayar secara online, yang merupakan salah satu dari banyak faktor baru yang dapat memengaruhi keputusan bank untuk membuka cabang baru atau menambah ATM. Selain itu, bank dapat menggunakan *mobile banking* untuk memperluas jangkauan dan kecepatan layanannya.<sup>13</sup>

Dibandingkan tahun sebelumnya, bank Indonesia mencatat peningkatan volume dan nilai transaksi mobile banking lebih dari enam puluh persen. Pandemi COVID-19 dan pertumbuhan pesat layanan perbankan digital menyebabkan lonjaknya. Orang-orang dipaksa untuk melakukan transaksi nontunai untuk mencegah penyebaran virus. Nilai transaksi

---

<sup>10</sup> Mariya Ulpah, 'Strategi Pemasaran Sales Funding Bank Bni Syariah Cabang Tangerang Dalam Menambah Jumlah Nasabah', *Madani Syari'ah*, 4.1 (2021), 28–39.

<sup>11</sup> Nursiah Nursiah, Muh. Ferils, and Jamaludin Kamarudin, 'Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking', *Akuntabel*, 19.1 (2022), 91–100.

<sup>12</sup> Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, and Rizki Yudhi Dewantara, 'Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking ( Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia ( BRI ) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah )', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26.2 (2015), 1–8.

<sup>13</sup> Fadlan.

mobile banking terus meningkat, dengan volume transaksi terus meningkat dari 2017 hingga 2021 sebelum melambat pada 2019.

Berbagai layanan yang ditawarkan oleh *mobile banking* termasuk transaksi finansial dan non finansial, transfer dana, pembayaran (seperti kartu kredit, BPJS, pompa air, internet, asuransi, pinjaman, dll), pembelian (seperti pulsa, PLN Prabayar, dll), mutasi akun, investasi, dan fitur terbaru seperti transaksi QR. akan terus dikembangkan seiring dengan meningkatnya kebutuhan pelanggan.<sup>14</sup>

Sekarang, setiap bank sangat memperhatikan layanan *mobile banking* sebagai layanan berbasis digital untuk pelanggannya. Bahkan, sistem *mobile banking* terbaru mungkin merupakan strategi untuk bersaing dengan bank lain. Oleh karena itu, setiap bank berusaha untuk menjadi yang terbaik dalam layanan digitalnya. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa industri perbankan perlu membuat barang yang unik. Salah satunya dengan membuat inovasi yang memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti menyediakan layanan digital di aplikasi *mobile banking*.<sup>15</sup>

Kondisi kemajuan informasi dalam dunia industri perbankan syariah di masa ini melakukan peningkatan pelayanan kepada nasabah, sangat banyak perubahan yang terjadi dalam kemajuan informasi. Bank syariah termasuk lembaga keuangan syariah seperti bank konvensional, tetapi bank syariah beroperasi menggunakan prinsip bagi hasil untuk menghindari riba. Kegiatan yang dijalankan oleh bank syariah merupakan kegiatan pemasaran yang didasarkan pada hukum syariat Islam.<sup>16</sup> BSI sejak 1 September 2021 menjadi bank hasil penggabungan (merger) dari

---

<sup>14</sup> Teresia Perpetua Kota and Sri Yani Kusumastuti, 'Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam)', *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10.3 (2022).

<sup>15</sup> Jurnal Lembaga Keuangan and others, 'Penggunaan Mobile Banking Dalam Pandangan Maqashid Syariah Serta Problematika Atas Kejahatan Cyber', *ASY-SYARIKAH Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.2 (2023), 186.

<sup>16</sup> Nofrianto, Nofrianto Rijlan Hasanuddin, Ahmad Syukri, 'Pengaruh Produk Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah', *INNOVATIO: Journal for Religious Innovation Studies*, 19.2 (2019).

tiga bank syariah milik Himbara yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank BNI Syariah dan Bank BRI Syariah (BRIS).

Deputi Komisioner Humas dan Logistik OJK, Anto Prabowo menyatakan, BSI dibuka dengan dikeluarkan surat dari OJK dengan Nomor : SR-3/PB.1/2021 untuk mengesahkan bergabungnya tiga bank syariah juga perizinan nama memakai persetujuan bisnis Bank BRI Syariah dan memperoleh persetujuan penyelenggaraan usaha dengan identitas BSI sebagai bank inkorporasi. Penerbitan surat OJK ini semakin memperkuat Bank Syariah Indonesia untuk mempercepat pertumbuhan perbankan syariah dan ekonomi syariah serta dengan adanya penggabungan tiga bank syariah.<sup>17</sup>

Dalam beberapa tahun terakhir, layanan perbankan *mobile banking* telah meningkat di Indonesia, memberikan pelanggan bank akses ke hampir semua jenis layanan perbankan hanya dengan mengakses internet ini merupakan inovasi yang menantang dan menjanjikan.<sup>18</sup> Data yang dikumpulkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan jenis pengguna layanan *mobile banking* di Indonesia. Data ini menunjukkan jumlah orang yang menggunakan layanan *mobile banking* dari bank BUMN di Indonesia.

**Tabel 1.1**  
**Pengguna Mobile Banking**

NO	Nama Bank	Pengguna Mobile Banking
1.	Bank Syariah Indonesia (BSI)	5,8 Juta
2.	Bank Negara Indonesia (BNI)	14,9 Juta
3.	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	29,8 Juta
4.	Bank Mandiri	21 Juta
5.	Bank Tabungan Negara (BTN)	20 Juta

*Sumber* : OJK 2023

<sup>17</sup> <<https://www.idxchannel.com/market-news/akhirnya-ijk-keluarkan-izin-bank-syariah-indonesia>>.

<sup>18</sup> Fahrul Rozi and Mohammad Ziyad, 'Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN', *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3.2 (2019), 92–102.

Saat ini bank syariah beroperasi sebagai sistem alternatif yang praktis dan layak, yang menawarkan banyak hal.<sup>17</sup> Salah satunya bank syariah Indonesia (BSI) menyediakan layanan Mobile Banking kepada para nasabah yang bernama BSI Mobile. Tabel di atas menunjukkan bahwa *mobile banking* digunakan oleh sekitar 5,8 juta nasabah di seluruh Indonesia. PT Bank Syariah Indonesia telah melayani 19,08 juta rekening nasabah dan memproses jutaan nasabah setiap hari pada tahun 2023. PT Bank Syariah Indonesia juga memiliki 462 kantor cabang dan BSI *Mobile Banking*, yang dapat digunakan kapan saja. Aset bank syariah terbesar di Indonesia dikelola oleh BSI. Bank Syariah Indonesia adalah hasil dari merger tiga bank syariah sebelumnya: Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah. BSI terus berinovasi dan bekerja sama untuk meningkatkan layanan perbankan digital sesuai dengan kemajuan teknologi..<sup>19</sup> Akibatnya, Bank Syariah Indonesia harus memiliki strategi untuk mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan BSI *Mobile Banking*.

Aplikasi BSI Mobile memiliki tampilan yang modern dan antar muka yang ramah pengguna. Jadi, untuk melakukan bertransaksi keuangan menggunakan BSI Mobile akan memberikan pengalaman yang menyenangkan. Transaksi perbankan syariah ini seperti transfer uang, pembayaran, pembelian serta cek saldo tabungan dimana saja dan kapanpun yang nasabah inginkan. Transaksi menggunakan aplikasi BSI Mobile ini bisa dilakukan dengan santai karena sudah dijamin keamanannya. Nasabah tidak perlu khawatir karena dalam mengakses aplikasi dan melakukan transaksi tidaklah mudah. Dua system keamanan sudah diterapkan di aplikasi BSI Mobile yaitu password untuk mengakses rekening dan PIN untuk melakukan transaksi. Jadi, hanya nasabah yang bisa melakukannya atau mengaksesnya. Walaupun keamanannya sudah terjamin, kita

---

<sup>19</sup> Bank Syariah Indonesia, 'Sejarah Perseroan', <https://Ir.Bankbsi.Co.Id/>.

sebagai nasabah harus perlu kehati-hatian juga dalam menggunakannya.<sup>20</sup>

TAM (*Technology Acceptable Model*), yang dikembangkan dari teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) oleh Azjen dan Fishbein, adalah salah satu model yang dapat digunakan untuk mencerminkan persepsi teknologi. TRA menjelaskan bahwa minat perilaku memengaruhi penerimaan teknologi informasi. Persepsi manfaat dan kenikmatan, dua konstruk utama TRA, ditambahkan oleh Davis. Persepsi seseorang terhadap teknologi ditentukan oleh seberapa bermanfaat dan menyenangkan itu.<sup>21</sup>

Beberapa keunggulan TAM adalah sebagai berikut: TAM memiliki landasan teori yang kuat dan telah diuji oleh banyak penelitian, yang sebagian besar menunjukkan bahwa TAM adalah model yang baik untuk menangani kegagalan implementasi sistem TI karena pengguna tidak tertarik untuk menggunakannya. TAM merupakan model perilaku yang sederhana dan valid. TAM merupakan model parsimony. Namun, TAM juga memiliki beberapa kelemahan. Di antaranya adalah sebagai berikut: TAM hanya memberikan informasi atau hasil yang sangat umum tentang minat dan perilaku pengguna dalam menerima TI. TAM tidak memiliki kontrol atas perilaku penelitian. TAM biasanya hanya menggunakan sistem TI. TAM tidak dapat menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel dalam model. TAM tidak mempertimbangkan perbedaan kultur.<sup>22</sup>

Dalam penelitian ini, kepuasan sebagai variabel moderasi berfungsi sebagai pengaruh *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, dan *trust* terhadap *continuance intention pada mobile banking* bsi. Mengetahui tingkat kepercayaan konsumen terhadap

---

<sup>20</sup> 'BSI Mobile, Aman Santai Pakai BSI Mobile, Aman Santai Pakai BSI Mobile - Bank Syariah Indonesia Mobile', <<https://bsimobile.co.id/aman-santai-pakai-bsi-online/>>.

<sup>21</sup> Adhi Prakosa, 'Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking', *Jurnal Manajemen*, 9.2 (2019).

<sup>22</sup> Imam Sugih Rahayu, 'Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)', *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5.2 (2016), 137.

penerimaan teknologi informasi akan sangat membantu dalam pengembangan produk teknologi informasi. Selain itu, mengetahui manfaat dan kenikmatan yang diperoleh dari teknologi informasi akan sangat membantu dalam pengembangan dan peningkatan pelayanan produk teknologi informasi. Selain itu, mengetahui aspek kepuasan konsumen dalam menggunakan teknologi informasi akan sangat membantu.<sup>23</sup>

Persepsi kebermanfaatan juga disebut persepsi kegunaan adalah salah satu dari dua variabel utama dalam model TAM yang menentukan sikap penerimaan teknologi. Persepsi kebermanfaatan, menurut Davis, adalah tingkat sejauh mana seseorang percaya bahwa penerapan sistem tertentu akan menyebabkan peningkatan kinerja. Nasabah melihat kegunaan layanan perbankan seperti *mobile banking* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi mereka untuk menggunakannya.<sup>24</sup> Pelanggan tidak akan menggunakan produk atau teknologi baru jika mereka tidak dapat meningkatkan kinerja dan memberikan nilai tambah dalam pekerjaan mereka. Faktor yang sangat penting untuk keberlanjutan suatu layanan adalah persepsi kegunaan, yang dapat dikemas sedemikian rupa sehingga layanan memiliki nilai lebih bagi penggunanya dan dapat membuat pengguna terus menggunakannya. Persepsi kegunaan akan mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan teknologi informasi dan aspeknya karena membuktikan bahwa konsumen memiliki rasa percaya terhadap teknologi informasi yang mudah digunakan dan mudah dipahami. yang dapat membuat pelanggan memutuskan untuk menerima atau menolak suatu produk keesokan harinya.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Muhammad Habibi and Achmad Zaky, 'Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3.1 (2015), 1–16.

<sup>24</sup> Rita J.D. Atarwaman, 'Jurnal Ekonomi Dan Bisnis , Vol . 10 No . 2 Mei 2022 E - Issn Pengaruh Green Marketing Terhadap Repurchase Intention Pada The', *E-Qien Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10.2 (2022), 281290.

<sup>25</sup> Berliana Rizka and others, 'The Influence Of Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, And Social Influence On Intention To Use Video On Demand Services (Study Of Netflix Application Users In Surabaya City) Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Social Influenc', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4.4 (2023).

Manfaat ini dalam aplikasi mobile banking terdapat banyak fitur-fitur yang lengkap seperti pembelian pulsa, token listrik, top up dan pake data. Jadi, nasabah menginginkan berbelanja tanpa harus keluar rumah bisa saja berbelanja online dengan menggunakan aplikasi Mobile Banking. Permasalahan manfaat masih banyak nasabah yang belum tahu mengenai tentang manfaat fitur-fitur yang ada di dalam mobile banking tersebut.

*Perceived Enjoyment* didefinisikan sebagai kenikmatan yang dirasakan pengguna saat menggunakan sistem informasi. Pengguna teknologi memiliki motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi ekstrinsik menghasilkan harapan hasil dari penggunaan teknologi. Namun, motivasi intrinsik adalah ketika seseorang senang menggunakan teknologi. Kenikmatan adalah sumber motivasi asli. Sejauh mana suatu aktivitas menggunakan teknologi dianggap menyenangkan disebut kenikmatan.<sup>26</sup> Antecedent yang sangat memengaruhi sikap dan niat berperilaku adalah perasaan kesenangan. Selain itu, penyedia layanan harus mempertimbangkan unsur kepuasan pelanggan agar mereka terus menggunakan layanan mereka.<sup>27</sup> Permasalahan yang terjadi dalam kenikmatan ini yaitu dalam menggunakan suatu aplikasi Mobile Banking sering mengalami gangguan internet, khususnya di malam hari seperti aplikasinya tidak bisa dibuka dan digunakan karena sistem dari bank masih kurang efisien sehingga para nasabah menjadi kesulitan dalam bertransaksi dan ini menjadi kurangnya minat nasabah menggunakan Mobile Banking.

Kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai indikator keadaan psikologis yang mendorong kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah,

---

<sup>26</sup> Elissa Lestari And Oei Richard Chandra Soesanto, 'Predicting Factors That Influence Attitude To Use And Its Implications On Continuance Intention To Use Svod: Study On Netflix Users Of Indonesia [Prediksi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Dan Implikasinya Terhadap Keberlanjutan Niat Pengu]', *Derema (Development Research Of Management): Jurnal Manajemen*, 15.2 (2020), 183.

<sup>27</sup> Suci Indah Puspasari, 'Pengaruh Enjoyment Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Video over the Top Lokal', 3.2 (2023), 1–15.

dan memberikan manfaat dari penggunaannya. Indikator ini digunakan untuk variabel kepercayaan sebagai berikut: dapat dipercaya, mengutamakan kepentingan nasabah, menjaga nama baik dan berkomitmen tinggi, mempercayai informasi yang diberikan kepada nasabah, dan percaya pada transaksi yang dilakukan dengan benar.<sup>28</sup> Ketika pelanggan percaya pada penyedia layanan atau sistem, mereka akan terus membeli produk. Karena pengetahuan memiliki kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pada sumber informasi, mengidentifikasi perilaku pelanggan dapat memberikan peluang untuk menggunakan pengetahuan pelanggan untuk membangun kepercayaan. Terdapat beberapa permasalahan saat menggunakan mobile banking salah satunya nasabah masih kurang memahami dan takut menggunakan system saat berinteraksi, takut salah tekan dan bisa menjadi kehilangan uang mereka dan itu menjadi kerugian bagi mereka. Risiko dari Mobile Banking ialah banyaknya orang atau sekelompok yang melakukan kegiatan manipulasi situs yang mirip dengan situs asli bank, sehingga para nasabah kurang memahami dan takut untuk mencoba bertransaksi menggunakan fasilitas Mobile Banking. Selain itu, nasabah juga takut terhadap kebocoran informasi rekening dan gagalnya transaksi karena jaringan layanan apabila diperlukan sangat cepat.

Kepuasan adalah seberapa baik seseorang merasa setelah membandingkan kinerja atau layanan yang mereka terima apakah sesuai dengan harapan mereka atau tidak. Ramat Lupiyoadi menyatakan bahwa faktor-faktor berikut membentuk kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.<sup>29</sup> Jika performa produk atau layanan tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan kecewa, jika performa atau pengalaman tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan puas, jika performa sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas, dan jika ini melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. kepuasan.

---

<sup>28</sup> Hery Subowo, Tria Adella Noviantika, and Samuel Sumantri, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan Pada Generasi Millenials Dalam Menggunakan Mobile Banking', *Jurnal Informatika Kesatuan*, 3.2 (2023), 91–100.

<sup>29</sup> Meileny.

Beberapa faktor memengaruhi bagaimana pelanggan menilai suatu produk atau layanan; ini termasuk jenis loyalitas pelanggan terhadap merek.<sup>30</sup>

Fakta yang terjadi saat ini adalah bahwa orang-orang di sekitar kita belum memahami manfaat dan keuntungan dari aplikasi *M-Banking*. Banyak orang masih belum menggunakan aplikasi ini untuk melakukan transaksi, dan hanya sebagian kecil orang yang telah menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa orang-orang tidak memahami atau tidak tertarik dengan kemudahan *mobile banking*, karena pertumbuhan *mobile banking* di Indonesia yang terlambat.<sup>31</sup>

Nasabah telah mendapatkan banyak keuntungan dengan menggunakan aplikasi *mobile banking*, tetapi layanan ini jarang digunakan oleh nasabah dan seringkali tidak menarik. Karena sistem terkadang tampak rumit dan tidak semua orang mengerti cara menggunakannya, banyak nasabah lebih suka melakukan transaksi melalui ATM atau mengantri di bank. Selain itu, akibatnya akan ada peningkatan pengguna yang terbatas dalam menggunakan smartphone, yang akan berdampak negatif karena konsumen belum terbiasa dengan teknologi digital.<sup>32</sup> Salah satu alasan mengapa lebih sedikit orang menggunakan layanan *mobile banking* dibandingkan produk bank lainnya seperti kartu debit dan kartu ATM adalah karena banyak pelanggan tidak tahu bagaimana kenikmatan dan manfaatnya, dan karena banyak dari mereka lebih suka melakukan transaksi secara manual.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Aldi Samara and Metta Susanti, 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompnet (E-Wallet) Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma', *Jura: Jurnal Riset Akuntansi*, 1.2 (2023), 249–60.

<sup>31</sup> Syariah Indonesia, 'Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Kemudahan Sistem E-Banking Terhadap Masyarakat Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting', 3 (2023), 879–86.

<sup>32</sup> Christine Clara Caroline, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam', *Keunis*, 9.2 (2021), 160.

<sup>33</sup> Febby Nanda Utami, Yossinomita, and Nia Rahayu, 'Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1.2 (2022), 57–67.

Dari beberapa variabel yang akan peneliti gunakan, pada penelitian sebelumnya masih terdapat research gap antara variable-variabel independent terhadap variable dependent. Pertama, variabel *perceived usefulness* pada hasil penelitian N. Larassita, G. Razati & S. Sulastrri menunjukkan hasil bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*.<sup>34</sup> Penelitian Wilky Yondi Pradana, Mike Yolanda menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*.<sup>35</sup> Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Febby Nanda Utami, Yossinomita dan Nia Rahayu menunjukkan hasil bahwa *perceived usefulness* berpengaruh tidak signifikan terhadap *continuance intention*.<sup>36</sup>

Hasil penelitian Geraldi Teqaqneha dan Rodhiah menyatakan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*.<sup>37</sup> Sedangkan menurut Steven Kurniawan menyatakan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh tidak signifikan terhadap *continuance intention*.<sup>38</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Febby Nanda Utami, Yossinomita dan Nia Rahayu menyatakan bahwa *trust* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*.<sup>39</sup> Sedangkan menurut Vania Katherine Hermawan dan Eristia Lidia

---

<sup>34</sup> Nilam Larassita, Girang Razati, and Sulastrri Sulastrri, 'Apakah Perceived Usefulness Dapat Meningkatkan Continuance Intention?', *Journal of Business Management Education (JBME)*, 4.1 (2019), 13–24.

<sup>35</sup> Wilky Yondi Pradana and Mike Yolanda, 'Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Continuance Intention To Use Pada Pengguna Mobile Payment Dana Dengan Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 5.1 (2024), 1–12.

<sup>36</sup> F N Utami and N Rahayu, 'Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi ...)', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan ...*, 1 (2022), 57–67.

<sup>37</sup> Geraldi Teqaqneha and Rodhiah Rodhiah, 'Faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention GO-PAY Di Jakarta', *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2.1 (2020), 173.

<sup>38</sup> Steven Kurniawan, 'Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Social Ties, Satisfaction, Habit Terhadap Continuance Intention Pada Aplikasi Facebook Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7.1 (2018), 1441–50.

<sup>39</sup> Utami, Yossinomita, and Rahayu.

Paramita menyatakan bahwa trust berpengaruh tidak signifikan terhadap continuance intention.<sup>40</sup>

Salah satu faktor penentu dalam pemasaran perbankan syariah yaitu teknologi. Teknologi memiliki peranan yang sangat penting dalam meraih suatu pelanggan. Apabila semakin mudah informasi mengenai suatu produk didapat akan semakin meningkat pula peluang untuk meraih pelanggan dan akan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan suatu produk. Bagi nasabah, keputusan untuk menggunakan layanan jelas didasari oleh banyak pertimbangan.

Oleh karena itu, dibutuhkan sistem informasi yang menawarkan manfaat dalam menjalankan teknologi yang disebut TAM. TAM menawarkan hubungan dengan pengguna teknologi dalam berbagai jenis pengguna. Kenikmatan dan kemanfaatan terkait erat dengan aspek ini. Selain itu, kepercayaan pelanggan akan mendorong pelanggan untuk menggunakan *mobile banking* lebih sering. Jika pelanggan puas dengan layanan, mereka akan terus menggunakannya. Jika konsumen merasa bahwa produk atau jasa yang mereka beli tidak memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka akan kecewa. Namun, jika mereka merasa bahwa produk atau jasa tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, konsumen akan lebih cenderung untuk melakukan transaksi lagi dengan penyedia tersebut atau bahkan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada kerabat mereka.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel yang digunakan. Serta dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan skala likert serta penentuan sampel dengan *purposive sampling* serta menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Dari permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Trust Terhadap*

---

<sup>40</sup> Vania Katherine Hermawan and Eristia Lidia Paramita, 'Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Minat Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi Mhealth Melalui Variabel Satisfaction', *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8.1 (2021), 150-67 <<https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5652>>.

## ***Continuance Intention* pada *Mobile Banking* BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Nasabah BSI Kota Bandar Lampung).**

### **C. Identifikasi dan Batasan Masalah**

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang masalah, maka terdapat identifikasi masalah-masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

1. Fenomena pertumbuhan pengguna *mobile banking* dari tahun ketahun semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan transaksi melalui *mobile banking* telah meningkat. Sementara itu, dari sisi pengguna *mobile banking* BSI masih berada di tingkat terbawah dari pengguna *mobile banking* pada bank lainnya.

Agar penelitian ini lebih jelas dan terarah pada pokok permasalahan serta untuk mencegah terlalu luasnya pembahasan, maka dalam penelitian ini dilakukan pembatasan penelitian sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini terbatas pada nasabah BSI Kota Bandar Lampung yang menggunakan *mobile banking* BSI dengan menggunakan teknik purposive sampling.
2. Dalam *continuance intention mobile banking* BSI hanya meneliti *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, dan *trust* dengan kepuasan sebagai variabel moderasi.
3. Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* dan *trust* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI dengan kepuasan sebagai variabel moderasi (studi pada nasabah BSI kota bandar lampung).

### **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI?
2. Apakah *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI?
3. Apakah *trust* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI?

4. Apakah kepuasan dapat memoderasi *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI?
5. Apakah kepuasan dapat memoderasi *perceived enjoyment* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI?
6. Apakah kepuasan dapat memoderasi *trust* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI?

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis apakah *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI.
2. Untuk menganalisis apakah *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI.
3. Untuk menganalisis apakah *trust* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI.
4. Untuk menganalisis apakah kepuasan dapat memoderasi *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI.
5. Untuk menganalisis apakah kepuasan dapat memoderasi *perceived enjoyment* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI.
6. Untuk menganalisis apakah kepuasan dapat memoderasi *trust* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan ada manfaat yang dapat diambil bagi semua pihak yang berkepentingan. Selain itu diharapkan mempunyai kegunaan teoritis untuk mengembangkan ilmu lebih lanjut maupun kegunaan praktis menyangkut pemecahan permasalahan yang aktual. Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis  
 Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan yang bisa bermanfaat pada bidang akademik. Serta menambah pengetahuan mengenai *perceived*

*usefulness*, *perceived enjoyment* dan *trust* dalam mengukur sikap nasabah Bank Syariah Indonesia yang berbentuk penerimaan atau penolakan terhadap adanya *mobile banking* yang mempengaruhi *continuance intention* pada nasabah yang berguna untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
- b. Menjadi salah satu bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam substansi penelitian dengan melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda.
- c. Sebagai bahan rujukan atau referensi mengenai perbankan syariah, khususnya mengenai pengaruh *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* dan *trust* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI (studi pada nasabah BSI kota bandar lampung).

## G. Kajian Penelitian Terdahulu

Dari banyaknya literatur yang menjadi sumber referensi, terdapat beberapa jurnal yang topiknya sama namun terdapat persamaan dan perbedaan dari sisi pembahasannya. Menjadi acuan dalam membuat penelitian yang berasal dari penelitian terdahulu. Berikut penjelasannya:

**Tabel 1.2.**  
**Kajian Penelitian Terdahulu**

NO	Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Hasil Temuan
1.	Mutiara Nasta Ayu Danamik, Amrin Fauzi, Syafrizal Helmi Situmorang (2022)	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Enjoyment</i> dan Kepercayaan Terhadap <i>Continuance Intention</i> Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Medan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived enjoyment</i> , kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention</i> dan secara tidak langsung diketahui <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived enjoyment</i> dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention</i> melalui kepuasan. <sup>41</sup>
2.	Muhammad Iqbal Arya Putra, Ratna Candra Sari (2020)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dengan <i>Gender</i> Sebagai Variabel Moderasi	Hasil penelitian ini menunjukkan jika terdapat pengaruh positif dan signifikan dari persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> , sedangkan tidak terdapat perbedaan antara laki-laki dan Perempuan pada pengaruh persepsi

<sup>41</sup> Mutiara Anasta Ayu Damanik, Amrin Fauzi, and Syafrizal Helmi Situmorang, 'Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment Dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna E-Wallet Di Kota Medan', *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3.4 (2022).

			kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> . <sup>42</sup>
3.	Rahmi Utami, Dewi Yani Amril, Ardiansyah Harry Jundrio (2022)	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Ease Of Use</i> , dan <i>Time Saving</i> Terhadap <i>Continuos Usage Intention</i> Dengan <i>Attitude Towards Mobile Apps</i> Sebagai Variabel Mediasi Pada Aplikasi Simpool Di Masa Pandemi Covid-19	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>perceived easy of use</i> , <i>time saving</i> , dan <i>attitude toward mobile apps</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>continuos usage intention</i> . Sedangkan <i>perceived usefulness</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>continuos usage intention</i> . <i>Attitude toward mobile apps</i> terbukti dapat dipengaruhi oleh <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived easy of use</i> secara positif signifikan. Hasil berbeda diperoleh untuk <i>time saving</i> , Dimana <i>time saving</i> tidak dapat memberikan pengaruh terhadap <i>attitude toward mobile apps</i> . <i>Attitude toward mobile apps</i> didapati hanya mampu memediasi pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>continuos usage intention</i> . Untuk pengaruh <i>perceived</i>

<sup>42</sup> Muhammad Iqbal Arya Putra and Ratna Candra Sari, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking', *PROFITTA : Kajian Ilmu Akuntansi*, 8.8 (2020), 1–12.

			<i>easy of use</i> dan <i>time saving</i> terhadap <i>continuous usage intention</i> tidak dapat dimediasi oleh <i>attitude toward mobile apps</i> . <sup>43</sup>
4.	Febby Nanda Utami, Yossinomita Nia Rahayu (2022)	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Continuance Intention to Use Mobile Banking</i> dengan <i>Trust</i> Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile	Hasil pengujian pengaruh langsung membuktikan bahwa <i>perceived usefulness</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap <i>trust</i> , sedangkan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>trust</i> . Sementara <i>trust</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>continuance intention to use</i> . Untuk efek ini mediasi dari variabel <i>trust</i> terbukti bahwa <i>trust</i> dapat memediasi pengaruh tidak langsung antara <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>continuance intention to use</i> . Namun, tidak dapat memediasi pengaruh tidak langsung antara <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>continuance intention to use</i> . <sup>44</sup>
5.	Ahmad Sahri Romadon, Risma Nurhapsari (2020)	Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan <i>E-Banking</i> Pada BNI	Hasil dari penelitian ini adalah persepsi kemudahan teknologi berpengaruh positif terhadap minat nasabah.

<sup>43</sup> Rahmi Utami and others, 'Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Time Saving Terhadap Continuous Usage Intention Dengan Attitude Towards Mobile Apps Sebagai Variabel Mediasi Pada Aplikasi Simpool Di Masa Pandemi Covid 19', *Masarin Jurnal*, 0.0 (2022), 13–29.

<sup>44</sup> Utami, Yossinomita, and Rahayu.

		46 Kc Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi	Persepsi kemudahan teknologi berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Persepsi kemudahan teknologi tidak berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan <i>E-Banking</i> , minat nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan <i>E-Banking</i> , kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap Keputusan menggunakan <i>E-Banking</i> , persepsi kemudahan teknologi berpengaruh positif terhadap Keputusan menggunakan <i>E-Banking</i> dengan minat nasabah sebagai mediasi, persepsi kemudahan teknologi berpengaruh positif terhadap Keputusan menggunakan <i>E-Banking</i> dengan kepercayaan nasabah sebagai mediasi diterima. <sup>45</sup>
6.	Siagian Enesia Laora, Tetra Hidayati, Asnawati (2021)	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Yang	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Sedangkan persepsi kegunaan

<sup>45</sup> Ahmad Sahri Romadon and Risma Nurhapsari, 'Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Pada Bni 46 Kc Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi', *Solusi*, 18.4 (2020).

		Dimediasi Oleh <i>Customer Trust</i>	berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang serta kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat beli ulang. Dan kepercayaan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. <sup>46</sup>
7.	Andi Setiawan, Siti Rofingaton, Kurniawan Patma (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat dan Penggunaan <i>Financian Technology</i> (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi	Hasil penelitian ini dilihat dari nilai P/sig (0,230>0,005). Dengan demikian kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan <i>financial technology</i> (fintech) dengan kepentingan sebagai mediasi. Dilihat dari nilai P/signya (0,015>0,005) maka risiko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan <i>financial tegnologi</i> (fintech) dengan mediasi bunga. <sup>47</sup>

<sup>46</sup> Siagian Enisia Laora, Tetra Hidayati, and Asnawati, 'Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi Oleh Customer Trust', *Kinerja*, 18.2 (2021), 304–13.

<sup>47</sup> Andi Setiawan, Siti Rofingaton, and Kurniawan Patma, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan *Financian Technology* (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15.2 (2020), 35–48.

8.	Devi Suryani, Ermansyah, Saipul Al Sukri (2021)	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> , <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Trust</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi Gojek. Selain itu, variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,470. Artinya variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan sebesar 47%. Sedangkan sisanya sebesar 53,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. <sup>48</sup>
9.	Koerniawan Hidajat, Rezky Agung Setiawan (2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Belanja pada Aplikasi <i>Digital Cumart</i> dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating	Hasil pengujian hipotesis berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hubungan antara kepercayaan pelanggan sebagai variabel moderasi persepsi kemudahan adalah tidak signifikan terhadap Keputusan belanja. Hasil <i>path coefficient</i> berdasarkan nilai <i>T-Statistics</i> menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan tidak mampu memediasi

<sup>48</sup> Devi Suryani, Ermansyah, and Saipul Al Sukri, 'Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek', *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1.2021 (2020), 11–19.

			persepsi terhadap belanja.. <sup>49</sup>	kemudahan Keputusan
10.	Ahmad Afandi, Annessa Fadhillah, Dia Purnama Sari (2021)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan <i>E-Wallet</i> Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening	Hasil menunjukkan persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap sikap sebagai variabel intervening, akan tetapi persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap sebagai variabel intervening. Persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan, sedangkan persepsi kemudahan, kepercayaan berpengaruh terhadap niat menggunakan. Kemudian variabel sikap sebagai variabel intervening tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. Selanjutnya persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan melalui sikap sebagai variabel intervening. <sup>50</sup>	penelitian bahwa kegunaan, tidak berpengaruh terhadap sikap sebagai variabel intervening, akan tetapi persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap sebagai variabel intervening. Persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan, sedangkan persepsi kemudahan, kepercayaan berpengaruh terhadap niat menggunakan. Kemudian variabel sikap sebagai variabel intervening tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.

<sup>49</sup> Koerniawan Hidajat and Rezky Agung Setiawan, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Terhadap Keputusan Belanja Pada Aplikasi Digital Cumart Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6.2 (2022).

<sup>50</sup> Ahmad Afandi, Annessa Fadhillah, and Dia Purnama Sari, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening', *Journal of Social Science Research*, 1.2 (2021), 568–77.

Dari tabel penelitian terdahulu diatas, bahwasannya memiliki perbedaan dan persamaan sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan Mutiara Anasta Ayu Damanik, Amrin Fauzi, Syafrizal Helmi Situmorang dalam jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS) Vol 3 No 4, Mei 2022, Hal 827-834 yang berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* dan Kepercayaan Terhadap *Continuance Intention* Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna *E-Wallet* di Kota Medan”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan, pada penelitian ini sama-sama menggunakan 3 variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* dan Kepercayaan. Dari segi perbedaan yang akan dilakukan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan skala likert serta penentuan sampel dengan *purposive sampling* serta menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan metode penarikan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Analisis data dilakukan melalui PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara langsung *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* dan secara tidak langsung diketahui *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* melalui kepuasan.
2. Penelitian yang dilakukan Muhammad Iqbal Arya Putra dan Ratna Candra Sari dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan pada penelitian ini sama-sama membahas Mobile Banking, kepercayaan. Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis hanya menggunakan 3 variabel independent dan 1

variabel moderasi yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* Dan Kepercayaan Terhadap *Continuance Intention Mobile Banking* Bsi Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi, sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan 4 variabel independen dan 1 variabel moderasi Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan jika: Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan mobile banking, sedangkan tidak terdapat perbedaan antara laki-laki dan perempuan pada pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan mobile banking.

3. Penelitian yang dilakukan Rahmi Utami, Dewi Yani Amril, Ardiansyah, Harry Jundrio dengan judul “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, dan *Time Saving* Terhadap *Continuous Usage Intention* Dengan *Attitude Towards Mobile Apps* Sebagai Variabel Mediasi Pada Aplikasi Simpool Di Masa Pandemi Covid 19”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan variabel *perceived usefulness* dan *continuous usage intention*. Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis membahas mengenai *mobile banking* sedangkan peneliti sebelumnya membahas simpol mobile. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *time saving*, dan *attitude toward mobile apps* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *continuous usage intention*. Sedangkan *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *continuous usage intention*. *Attitude toward mobile apps* terbukti dapat dipengaruhi oleh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara positif signifikan. Hasil berbeda diperoleh untuk *time saving*, dimana *time saving* tidak dapat memberikan pengaruh terhadap *attitude*

*toward mobile apps. Attitude toward mobile apps* didapati hanya mampu memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuous usage intention*. Untuk pengaruh *perceived ease of use* dan *time saving* terhadap *continuous usage intention* tidak dapat dimediasi oleh *attitude toward mobile apps*.

4. Penelitian yang dilakukan Febby Nanda Utami, Yossinomita, Nia Rahayu dalam Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan dengan judul “Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention to Use Mobile Banking* dengan *Trust* sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan pada penelitian ini sama-sama membahas mengenai *Continuance Intention to Use Mobile Banking*. Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis menggunakan kepuasan sebagai variabel moderasi, sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan *trust* sebagai variabel intervening. Hasil pengujian pengaruh langsung membuktikan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh tidak signifikan terhadap *trust*, sedangkan *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *trust*. Sementara *trust* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention to use*. Untuk efek mediasi dari variabel *trust*, terbukti bahwa *trust* dapat memediasi pengaruh tidak langsung antara *perceived ease of use* terhadap *continuance intention to use*. Namun, tidak dapat memediasi pengaruh tidak langsung antara *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use*.
5. Penelitian yang dilakukan Ahmad Sahri Romadon dan Risma Nurhapsari dalam jurnal Majalah Ilmiah Solusi Vol. 18, No. 4 Oktober 2020 dengan judul “Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan *E-Banking* Pada Bni 46 Kc Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan pada penelitian

ini sama-sama membahas mengenai layanan yang diberikan oleh bank. Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis menggunakan 3 variabel independent dan 1 variabel moderasi *Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment* Dan Kepercayaan Terhadap *Continuance Intention Mobile Banking* Bsi Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi, sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan variabel Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan *E-Banking* Pada Bni 46 Kc Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. Hasil dari penelitian ini adalah Persepsi kemudahan teknologi berpengaruh positif terhadap minat nasabah, Persepsi kemudahan teknologi berpengaruh positif terhadap kepercayaan, Persepsi kemudahan teknologi tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *E-Banking*, Minat nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *E-Banking*, Kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *E-Banking*, Persepsi kemudahan teknologi berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *E-Banking* dengan minat nasabah sebagai mediasi, persepsi kemudahan teknologi berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *E-Banking* dengan kepercayaan nasabah sebagai mediasi diterima.

6. Penelitian yang dilakukan Siagian Enisia Laora, Tetra Hidayati, Asnawati dengan judul “Pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *repurchase intention* yang dimediasi oleh *customer trust*”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan variabel *perceived usefulness* . Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis menggunakan 3 variabel independent dan 1 variabel moderasi *Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment* Dan Kepercayaan Terhadap *Continuance Intention Mobile Banking* Bsi Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi, sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *repurchase intention* yang

dimediasi oleh *customer trust*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang sedangkan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang serta kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat beli ulang, Dan kepercayaan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

7. Penelitian yang dilakukan Andi Setiawan, Siti Rofingatun dan Kurniawan Patma dalam Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah Volume 15, Nomor 2, November 2020: 35-48 dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan *Financial Teknologi (Fintech)* Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan teknik pengumpulan data skala likert serta penentuan sampel dengan purposive sampling. . Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis menggunakan 3 variabel independent dan 1 variabel moderasi *Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment* Dan Kepercayaan Terhadap *Continuance Intention Mobile Banking Bsi* Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi, sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan *Financial Technology (Fintech)* Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. Hasil penelitian ini dilihat dari nilai P / sig ( $0,230 > 0,005$ ). Dengan demikian kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *financial technology (fintech)* dengan kepentingan sebagai mediasi. Dilihat dari nilai P / signya ( $0,015 > 0,005$ ) maka risiko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *financial technology (fintech)* dengan mediasi bunga.

8. Penelitian yang dilakukan Devi Suryani, Ermansyah, Saipul Al Sukri, dengan judul “Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* Dan *Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan teknik pengumpulan data skala likert serta penentuan sampel dengan purposive sampling. . Dari segi perbedaan yang akan dilakukan penulis menggunakan 3 variabel independent dan 1 variabel moderasi *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* Dan Kepercayaan Terhadap *Continuance Intention Mobile Banking* Bsi Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi, sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan variabel Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* Dan *Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi Gojek. Selain itu, variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,470. Artinya variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan sebesar 47%. Sedangkan sisanya sebesar 53,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
9. Penelitian yang dilakukan Koerniawan Hidajat, Rezky Agung Setiawan dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, terhadap Keputusan Belanja pada Aplikasi *Digital Cumart* dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Moderating”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan Persepsi Manfaat. Dari segi perbedaan penulis menggunakan kepuasan sebagai variabel moderasi, sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan kepercayaan sebagai variabel moderati. Peneliti sebelumnya membahas mengenai aplikasi digital cumart. Hasil pengujian hipotesis

berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hubungan antara kepercayaan pelanggan sebagai variabel moderasi persepsi kemudahan adalah tidak signifikan terhadap keputusan belanja. Hasil path coefficient berdasarkan nilai T-Statistics menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan tidak mampu memediasi persepsi kemudahan terhadap keputusan belanja.

10. Penelitian yang dilakukan Ahmad Afandi, Annessa Fadhillah, Dia Purnama Sari dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet* Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening”. Berikut ini yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah : dilihat dari segi persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan teknik pengumpulan data skala likert serta penentuan sampel dengan purposive sampling. Dari segi perbedaan penulis membahas mengenai Mobile Banking, sedangkan peneliti sebelumnya membahas penggunaan *E-Wallet*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap sikap sebagai variabel intervening, akan tetapi persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap sebagai variabel intervening. Persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan, sedangkan persepsi kemudahan, kepercayaan berpengaruh terhadap niat menggunakan. Kemudian variabel sikap sebagai variabel intervening tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. Selanjutnya persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan melalui sikap sebagai variabel intervening.

## H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini disusun sebagai berikut:

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penegasan judul, latar belakang, identifikasi dan Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan

penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

## 2. BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Bab ini berisikan teori-teori yang digunakan didalam penelitian dan juga pengajuan hipotesis.

## 3. BAB III METODE PENELITIAN

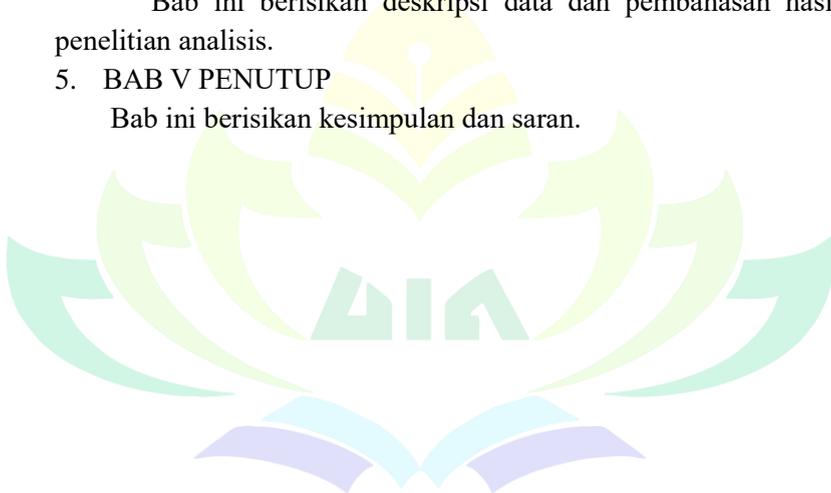
Bab ini berisikan waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrument penelitian, uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis

## 4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian analisis.

## 5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan hubungan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI. Hal ini menjelaskan bahwa nasabah BSI Kota Bandar Lampung yang menggunakan *mobile banking* bukan di pengaruhi oleh factor tersebut, melainkan factor lain yang mempengaruhinya.
2. Adanya pengaruh positif dan signifikan *perceived enjoyment* terhadap *continuance intention*. Hal ini menjelaskan bahwa nasabah BSI Kota Bandar Lampung yang menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh *perceived enjoyment* karena ketikan nasabah merasakan kenikmatan dari suatu system maka nasabah akan terus menggunakan aplikasi tersebut.
3. Adanya pengaruh positif dan signifikan hubungan *trust* terhadap *continuance intention*. Hal ini menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.
4. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI dengan kepuasan sebagai variabel moderasi. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan sebagai variabel moderasi memberikan hubungan memperlemah antara *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*.
5. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan *perceived enjoyment* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI dengan kepuasan sebagai variabel moderasi. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan sebagai variabel moderasi memberikan hubungan memperlemah antara *perceived enjoyment* terhadap *continuance intention*.
6. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *trust* terhadap *continuance intention* pada *mobile banking* BSI dengan kepuasan

sebagai variabel moderasi. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan sebagai variabel moderasi memberikan hubungan memperlambat antara *trust* terhadap *continuance intention*.

## **B. Saran**

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Maka dari itu, penulis berharap kedepannya kepada peneliti selanjutnya untuk bisa mengembangkan penelitian saya. Sehingga penulis memberikan saran yang menjadi pertimbangan sebelum memulai pengembangan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran dari penulis sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya lebih menggunakan variabel yang lebih relevan dengan mengikuti perkembangan pengetahuan yang ada dan menambahkan variabel lain dalam penelitian selanjutnya.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan memperhatikan populasi yang diteliti guna perbaikan sampel agar penelitian lebih menarik dan lebih baik.



## DAFTAR RUJUKAN

- Alwi, Hasan, 'Kamus Besar Bahasa Indonesia', 2012
- Balaka, Muh. Yani, *Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi*, ed. by Ahmad Amin Dalimunthe, 1st edn (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022)
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta., 2009)
- Suharsimi, Arikunto, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Irata, 2002)
- Sumadi, Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008)
- 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Pasal 1 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Dalam' >
- Abdul Kadir, 'Peranan Brainware Dalam Sistem Informasi Manajemen Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi', *Sistem Informasi*, 1.September (2018), 60–69 <<https://doi.org/10.31933/JEMSI>>
- Afandi, Ahmad, Annessa Fadhillah, and Dia Purnama Sari, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening', *Journal of Social Science Research*, 1.2 (2021), 568–77
- Akbar, and Agung Yuniarinto, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Berkelanjutan Di Mediasi Oleh Kepercayaan', *Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01.4 (2022), 487–96
- Alwi, Hasan, 'Kamus Besar Bahasa Indonesia', 2012
- Apriyani, Nuri, and Suharti Suharti, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi', *Manajemen Dewantara*, 1.1 (2017), 21–34
- Aria Dewi Septiani, Samuel Indra Marcelino, Abdul Yusuf, 'Pengaruh E-Satisfaction Terhadap Continuance Intention Pada Pengguna Aplikasi Akulaku', *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 8.2 (2022),

- Aryanti, Kurnia, and Sri Setyo Iriani, 'Pengaruh Persepsi Nilai Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Kosmetik Organik', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2.4 (2014), 1186–96  
<www.marthatilaar.com,>
- Asbar, Yuli, 'Analysis Of The Effect Of Perceived Of Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Lifestyle And Attitudes Toward On Credit Card Usage', *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi*, 2014, 603–12
- Atarwaman, Rita J.D., 'Jurnal Ekonomi Dan Bisnis , Vol . 10 No . 2 Mei 2022 E - ISSN Pengaruh Green Marketing Terhadap Repurchase Intention Pada The', *E-QIEN Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10.2 (2022), 281290
- Balaka, Muh. Yani, *Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi*, ed. by Ahmad Amin Dalimunthe, 1st edn (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022)
- Bank Syariah Indonesia, 'Sejarah Perseroan', <https://tr.bankbsi.co.id/>
- Basyar, Khoirul, and Sanaji, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening', *BISMA – Bisnis Dan Manajemen*, 8.2 (2016)
- 'BSI Mobile, Aman Santai Pakai BSI Mobile, Aman Santai Pakai BSI Mobile - Bank Syariah Indonesia Mobile', <<https://bsimobile.co.id/aman-santai-pakai-bsi-online/>>
- Budirahardjo, Mario, and Dwinita Laksmidewi, 'Faktor Yang Mendorong Intensi Untuk Melanjutkan Penggunaan Dompet Digital: Studi Pada Pengguna Di Pulau Jawa', *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8.2 (2022), 444–57  
<<https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.444>>
- Caroline, Christine Clara, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam', *Keunis*, 9.2 (2021), 160  
<<https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2819>>
- Chandra, Mega B, and Cliff Kohardinata, 'Dampak Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Fintech Continuance Intention

Pada E-Wallet', *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6.5 (2021), 456–64

Damanik, Mutiara Anasta Ayu, Amrin Fauzi, and Syafrizal Helmi Situmorang, 'Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment Dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna E-Wallet Di Kota Medan', *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3.4 (2022), 827–34 <<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1475>>

Dan, Pengaruh E-trust, E-satisfaction Terhadap Continuance, Intention Pada, Sri Rachman, Silvana Dewi, N Neni Triana, and others, 'The Effect Of E-Trust And E-Satisfaction On Continuance Intention In OVO Users In Karawang', 4.5 (2023), 7598–7606

Dwiarso Utomo, St, and Dian Indriana Hapsari, 'The Moderating Effect Of Integrated Reporting To Company Value (Empirical Study On Companies In Indonesia)', *Journal of Positive School Psychology*, 2022.11 (2022), 123–32 <<http://journalppw.com>>

Efitriana, Iqma, and Lie Liana, 'Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Turnover Intention', *Journal of Management & Business*, 5.2 (2022), 182–88

Ermawati, Nanik, and Zamrud Mirah Delima, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kabupaten Pati)', *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 5.2 (2016), 163 <<https://doi.org/10.30659/jai.5.2.163-174>>

Fadlan, Abi, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)', *Photosynthetica*, 2.1 (2018), 1–13

Febriansya, Rizki, 'Analisi Minat Masyarakat Menggunakan OVO Dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) Di Kota Medan', 2019

Gavriel, Arren, and Retno Ardianti, 'Continuance Intention Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil Terhadap Penggunaan QRIS Untuk Transaksi Pembayaran', *Journal of Practical Management*

*Studies*, 1.1 (2023), 07–15

- Gayatri, Ni Wayan Pebry Diyan, I Nyoman Kusuma Adnyana Mahaputra, and I Ketut Sunarwijaya, 'Risiko Kredit, Risiko Likuiditas, Risiko Operasional Dan Profitabilitas', *Jurnal Riset Akuntansi*, 9.1 (2019), 73–83
- Gazali, Diana, Harry Patuan Panjaitan, and Teddy Chandra, 'Competence, Motivation, and Organizational Commitment on Job Satisfaction and Employee Performance at Bank Sinarmas Pekanbaru Riau Branch', *Journal of Applied Business and Technology*, 3.1 (2022), 26–39
- Habibi, Muhammad, and Achmad Zaky, 'Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3.1 (2015), 1–16
- Habriyanto, Habriyanto, Muhammad Yasir Nasution, and Muhammad Yusuf Harahap, 'Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Kota Jambi Pada Bulan Ramadhan Menggunakan Pendekatan Smart PLs 3.0', *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 19.1 (2019), 118 <<https://doi.org/10.33087/jiubj.v19i1.573>>
- Hasanah, Siti Wardatun, and Budi Setiawati, 'Efektivitas Penerapan Praktek Pengelolaan Keuangan Desa Berbasis Sistem Keuangan Desa (Siskeudes) Di Desa Solan Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong ', *JAPB*, 5.1 (2022), 215–28
- Hasudungan Sinaga, Ricky Putra, Rudy P. Tobing, and Nike Larasati, 'Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Usage Decision Konsumen Pada Shopee Tanam', *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1.4 (2022), 509–24
- Hermawan Rino Tri and Hasibuan, Sawarni, 'Analisis Pengaruh Tingkat Pengalaman Dan Coaching Style Terhadap Kualitas Kepemimpinan Manajer Proyek Dalam Upaya Peningkatan Produktivitas Di PT. JCI', *Jurnal Pasti*, XI.1 (2016), 91 <<https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/3/articles/1357/submission/copyedit/1357-3090-1-CE.pdf>>
- Hermawan, Vania Katherine, and Eristia Lidia Paramita, 'Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Minat Pengguna Dalam

- Menggunakan Aplikasi Mhealth Melalui Variabel Satisfaction', *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8.1 (2021), 150–67 <<https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5652>>
- Hidajat, Koerniawan, and Rezky Agung Setiawan, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Terhadap Keputusan Belanja Pada Aplikasi Digital Cumart Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6.2 (2022), 13725–33
- Hidayat, Rahmat, 'New Trend in New Normal, Factors Influencing Continuance Intention to Use Video Conferencing (Trend Baru Di Era New Normal, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Menggunakan Kembali Video Conferencing)', *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 12.1 (2020), 1–13
- Indonesia, Syariah, 'Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Kemudahan Sistem E-Banking Terhadap Masyarakat Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting', 3 (2023), 879–86
- Keuangan, Jurnal Lembaga, Bisnis Islam, Syariah Serta, Problematika Atas, and Kejahatan Cyber, 'Penggunaan Mobile Banking Dalam Pandangan Maqashid Syariah Serta Problematika Atas Kejahatan Cyber', *ASY-SYARIKAH Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.2 (2023), 186
- Kota, Teresia Perpetua, and Sri Yani Kusumastuti, 'Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam)', *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10.3 (2022), 276–88 <<https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.515>>
- Kurniawan, Steven, 'Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Social Ties, Satisfaction, Habit Terhadap Continuance Intention Pada Aplikasi Facebook Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7.1 (2018), 1441–50
- Kurniawan, Taufan Adi, Dewi Kusuma Wardani, and Lucianna Widhayati, 'Pengaruh Keberterimaan Layanan Peer To Peer Lending Kepada Umkm Sebagai Pengguna Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam)', *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 5.2 (2019), 151–60 <<https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.59>>

- Laily, RomadloniyahAlifatul, and Dwi Hari Prayitno, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan', *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, III.2 (2018), 699–711
- Laksana, Giga Bawa, Endang Siti Astuti, and Rizki Yudhi Dewantara, 'Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking ( Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia ( BRI ) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah )', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26.2 (2015), 1–8
- Laora, Siagian Enisia, Tetra Hidayati, and Asnawati, 'Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi Oleh Customer Trust', *Kinerja*, 18.2 (2021), 304–13
- Lara, 'Pengaruh Sales Promotion, Korean Celebrity Endorsement, Dan Kampanye #JagaekonomiIndonesia Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Tokopedia', *7787*, 7.8.5.2017 (2022), 2003–5 <[www.aging-us.com](http://www.aging-us.com)>
- Larassita, Nilam, Girang Razati, and Sulastri Sulastri, 'Apakah Perceived Usefulness Dapat Meningkatkan Continuance Intention?', *Journal of Business Management Education (JBME)*, 4.1 (2019), 13–24 <<https://doi.org/10.17509/jbme.v4i1.15887>>
- Layanan, Fitur, D A N Kepercayaan, Terhadap Minat, Menggunakan E-money Card, Setyo Ferry Wibowo, and Dede Rosmauli, '( Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta )', 440–56
- Lestari, Elissa, and Oei Richard Chandra Soesanto, 'Predicting Factors That Influence Attitude To Use And Its Implications On Continuance Intention To Use Svod: Study On Netflix Users Of Indonesia [Prediksi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Dan Implikasinya Terhadap Keberlanjutan Niat Penggu]', *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 15.2 (2020), 183 <<https://doi.org/10.19166/derema.v15i2.2541>>
- Luthfiah, Dhita dan Ahmad Amin Dalimunte, 'Analisis Of The Implementation Of BSI Mobile Services On Customer Satisfaction At BSI KCP Medan Pulo Brayan', *Journal of*

*Indonesian Management (JIM)*, 2.2 (2022)

Marimin, Agus, Abdul Haris Romdhoni, and Tiara Nur Fitria, 'Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1.2 (2015), 75–87

Meileny, Findy dan Tri Indra Wijaksana, 'Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia', *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4.2 (2020), 1–9

'Moh. Abd. Rahman Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo', 4, 77–88

Mohd Tobi, Siti Noraini, Erne Suzila Kassim, Norfazlina Ghazali, and Hendrikus Kadang, 'Role of Diffusion and Socio-Cognitive towards Intention to Use Health Portal among Health Consumers in Malaysia', *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 6.17 (2021), 117–23 <<https://doi.org/10.21834/ebpj.v6i17.2809>>

MUI, DSN, 'Fatwa DSN MUI Tentang Wakalah', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2013)

Mundir, Abdillah, Muhammad Nizar, and Dewi Rosyiqoh Athiroh, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Pada Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Mahasiswa Sebagai Nasabah Bank Syariah Di Universitas Yudharta Pasuruan', *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2.1 (2022), 1–17 <<https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1273>>

Naomi, Pube Emma, Ridwan Baraba, and Murry Harmawan Saputra, 'Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online Kaskus.Co.Id Di Purworejo)', *Jurnal SEGMENT : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12.1D (2016), 1–12

<<https://www.idxchannel.com/market-news/akhirnya-ojk-keluarkan-izin-bank-syariah-indonesia>>

<<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-mobile>>

Nurjanah, Shifa Febrillia, Alven, and Abdul Yusuf, 'Pengaruh E-Trust On Continuance Intention Pada Platform ShopeePay (Shifa Febrillia Nurjanah)', *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 9.1 (2022), 173–81

- Nursiah, Nursiah, Muh. Ferils, and Jamaludin Kamarudin, 'Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking', *Akuntabel*, 19.1 (2022), 91–100 <<https://doi.org/10.30872/jakt.v19i1.10711>>
- Nuryudayatun, Siti, 'Membangun Kepuasan Pelanggan Dengan Melakukan Customer Understanding', *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi (JBMA)*, 1.2 (2013), 17–24
- Pengguna, Kepuasan, and Penggunaan E-wallet Dana, 'Analisis Peran Moderasi Perceived Value Pada Hubungan Antara', 1.1 (2024), 1–9
- Permatasari, Utami, 'Pengaruh Kompetensi Dan Penempatan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai BPKAD Provinsi Riau', *Journal Of Social Science Research*, 3 (2023), 8600–8616
- Plutzer, Michael B. Berkman and Eric, 'Analisis Continuance Intention To Use Layanan Video On Demand Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Netflix Di Kota Surabaya)', 2.2 (2021), 6
- Pradana, Wilky Yondi, and Mike Yolanda, 'Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Continuance Intention To Use Pada Pengguna Mobile Payment Dana Dengan Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 5.1 (2024), 1–12 <<https://doi.org/10.37150/jimat.v5i1.2615>>
- Prakosa, Adhi, 'Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking', *Jurnal Manajemen*, 9.2 (2019) <<https://doi.org/10.26460/jm.v9i2.1030>>
- Pranoto, Margaretha Oktavia, and R. Gunawan Setianegara, 'Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)', *Keunis*, 8.1 (2020), 1 <<https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2117>>
- Pratama, Ananda E, and Dinny Komalasari, 'Analisis Pengaruh Kualitas Website', *Bina Darma Conference on Computer Science*, 3.2 (2021), 288–96
- Pratiwi, Anggita Rinda, and Muzakki Muzakki, 'Perceived

- Organizational Support Terhadap Komitmen Organisasi Dan Kinerja Karyawan’, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22.1 (2021), 111–20 <<https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.5282>>
- Purwanto, Agus, and Yuli Sudargini, ‘Partial Least Squares Structural Suation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research: A Literature Review’, *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2.4 (2021), 114–23
- Puspasari, Suci Indah, ‘Pengaruh Enjoyment Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Video over the Top Lokal’, 3.2 (2023), 1–15
- Putra, E D, S Athaullah, and A Yusuf, ‘Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, Dan Satisfaction Terhadap Continued IT Usage Intention: Expected-Confirmation ...’, ... : *Manajemen, Koperasi, Dan ...*, 13.1 (2023), 1–19
- Putra, Muhammad Iqbal Arya, and Ratna Candra Sari, ‘Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking’, *PROFITA: Kajian Ilmu Akuntansi*, 8.8 (2020), 1–12
- Rahayu, Imam Sugih, ‘Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)’, *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5.2 (2016), 137 <[https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)>
- Ramayani, Abdul Hamid, and Early Ridho Kismawadi, ‘Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking’, *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2.2 (2020), 93–108 <<https://doi.org/10.32505/jim.v2i2.2638>>
- Razak, Mashur, ‘Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Sebagai e-Service Dengan Menggunakan TAM 2’, *Journal of Management and Business, SEIKO*, 3.3 (2020)
- Ridha, Nikmatur, ‘Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian’, *Jurnal Hikmah*, 14.1 (2021), 62–70

- Rijlan Hasanuddin, Ahmad Syukri SS, and Nofrianto Nofrianto, 'Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah', *INNOVATIO: Journal for Religious Innovation Studies*, 19.2 (2019)
- Rizka, Berliana, Khusnul Azizah, Sonja Andarini, Universitas Pembangunan, Nasional " Veteran, and Jawa Timur, 'The Influence Of Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, And Social Influence On Intention To Use Video On Demand Services (Study Of Netflix Application Users In Surabaya City) Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Social Influenc', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4.4 (2023), 3678–91
- Romadon, Ahmad Sahri, and Risma Nurhapsari, 'Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Pada Bni 46 Kc Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi', *Solusi*, 18.4 (2020) <<https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2847>>
- Rozi, Fahrul, and Mohammad Ziyad, 'Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN', *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3.2 (2019), 92–102 <<http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>>
- Safitri, Hikmah, Diovianto Putra Rakhmadani, and Shintia Dwi Alika, 'Analisis Penerimaan Penggunaan Aplikasi WeTV Di Pulau Jawa Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)', *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9.4 (2022), 996 <<https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i4.4557>>
- Said, R, R Rahmawati, F Da'a, and ..., 'Pengaruh Literasi Keuangan Dengan Toleransi Risiko Sebagai Variable Intervening Terhadap Pengambilan Keputusan (Studi Investor Makassar Pada Saat Pandemi ...)', *YUME: Journal of ...*, 5.3 (2022), 763–73 <<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.346>>
- Samara, Aldi, and Metta Susanti, 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Keuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot (E-Wallet) Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma', *Jura: Jurnal Riset Akuntansi*, 1.2 (2023), 249–60

<<https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JURA/article/view/700>>

Santi, Mei, 'View of Bank Konvensional Dan Bank Syariah, STAI Muhammadiyah Tulungagung, Pages 1-21, Jurnal', *Bank Konvensional Dan Bank Syariah*, 02, Nomor (2015), 1–21 <<http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/eksyar/article/view/66/68>>

Sarassina, Raden Roro Fosa, 'Understanding Mobile Payment Continuance in Indonesia: A Brand Equity Perspective Continuance Model', *CommIT Journal*, 16.1 (2022), 105–15 <<https://doi.org/10.21512/COMMIT.V16I1.7882>>

Sari, Dwi Mutiara, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, 'Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking', *Al-Infq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12.2 (2021), 170 <<https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.892>>

Sari, Nurma, 'Manajemen Dana Bank Syariah', *Al-Maslahah Jurnal Ilmu Syariah*, 12.1 (2016) <<https://doi.org/10.24260/almaslahah.v12i1.341>>

Setiawan, Andi, Siti Rofingatun, and Kurniawan Patma, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15.2 (2020), 35–48

Sigar, Junita Fadhillah, 'By ', 4.2, 498–507

Subagio, Hartono, and Julian Jessica, 'Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, Dan Customer Experience Terhadap Intention To Use My Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya)', *Jurnal Strategi Pemasaran (Petra.Ac.Id)*, 7.1 (2020), 1–12

Subowo, Hery, Tria Adella Noviantika, and Samuel Sumantri, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan Pada Generasi Millenials Dalam Menggunakan Mobile Banking', *Jurnal Informatika Kesatuan*, 3.2 (2023), 91–100 <<https://doi.org/10.37641/jikes.v3i2.1796>>

Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*. (Jakarta: PT. Rineka

Cipta., 2009)

Suharsimi, Arikunto, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Irata, 2002)

Sumadi, Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008)

Suryani, Devi, Ermansyah, and Saipul Al Sukri, 'Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek', *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1.2021 (2020), 11–19

Teguh Iman Santoso, and Danang Indrajaya, 'Penggunaan SEM – PLS Dan Aplikasi SmartPLS Untuk Dosen Dan Mahasiswa', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2.2 (2023), 97–104 <<https://doi.org/10.54099/jpma.v2i2.630>>

Tekaqnetha, Geraldi, and Rodhiah Rodhiah, 'Faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention GO-PAY Di Jakarta', *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2.1 (2020), 173 <<https://doi.org/10.24912/jmk.v2i1.7457>>

Ulfa, Alif, 'Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7.2 (2021) <<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>>

Ulfa, Rafika, 'Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan', *Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*

Ulpah, Mariya, 'STRATEGI PEMASARAN SALES FUNDING BANK BNI SYARIAH CABANG TANGERANG DALAM MENAMBAH JUMLAH NASABAH', *Madani Syari'ah*, 4.1 (2021), 28–39

'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Pasal 1 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Dalam'

Utami, F N, and N Rahayu, 'Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi ...', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan ...*, 1 (2022), 57–67 <<https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/view/86%0Ahttps://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/download/86/61>>

- Utami, Febby Nanda, Yossinomita, and Nia Rahayu, 'Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1.2 (2022), 57–67
- Utami, Rahmi, Dewi Yani Amril, Ardiansyah, and Harry Jundrio, 'Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Time Saving Terhadap Continuous Usage Intention Dengan Attitude Towards Mobile Apps Sebagai Variabel Mediasi Pada Aplikasi Simpool Di Masa Pandemi Covid 19', *Masarin Jurnal*, 0.0 (2022), 13–29
- Venkatesh, Viswanath, and Davis, 'A Theoretical Extension of TheTechnology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies', *Management Science*, 46.2 (2000)
- Verdina, Nuning, 'Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Penggunaan Internet Banking', *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 6.3 (2021), 56–67
- Wardana, I Made, and Made Ayu Swari Oktarini, 'Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention', *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1.2 (2018), 227–37
- Wardani Deni, 'Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking ( Studi Kasus Pada NasabahBankPemerintah)', 2021
- Widowati, Hening, *Dalam Kajian Jurnal Hasil Penelitian, Metodologi Penelitian Dalam Kajian Jurnal Hasil Penelitian*, 2020
- Wirda, Nirlia Okta, Israk Ahmadsyah, and Evriyenni, 'Pengaruh Promosi Dan Keunggulan Produk Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Gadai Emas (Rahn) Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram Nagam Raya', *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 4.3 (2021), 8–16
- Yahya, UbaidillahM., Edwin Pramana, and Francisca Haryanti Chandra, 'Continuance Intention Pada Aplikasi Mobile Payment Dengan Menggunakan Extended Expectation Confirmation Model', *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 5.2