

MINAT GEN Z TERHADAP PRODUK INTERNET BANKING

Kim Meredith Dionese¹, Setyo Pantawis²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas BPD^{1,2}

kim.meredith16@gmail.com¹, inikulia.setyo77@gmail.com²

Abstrak

Bank Digital di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan dalam beberapa tahun terakhir ini. Salah satunya adalah Bank Jago, yang mengalami peningkatan penggunaan layanan internet banking setiap tahunnya. Namun, peningkatan jumlah pengguna tersebut masih terdapat berbagai keluhan dari konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat dalam menggunakan layanan internet banking Bank Jago oleh generasi Z di Kota Semarang. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang yang diambil dengan model purposive sampling. Data analisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan software SPSS statistic 30. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, keamanan dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

Kata Kunci: *Kemudahan, Keamanan, Fitur Layanan, Minat*

Abstrak

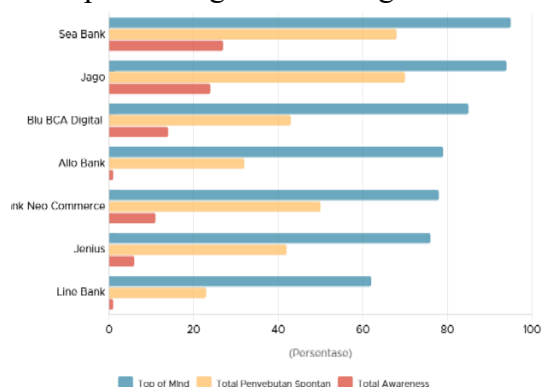
Digital banks in Indonesia have continued to show growth in recent years. One example is Bank Jago, which has seen an increase in the use of its internet banking services every year. However, this increase in the number of users still faces various complaints from consumers. This study aims to analyze the influence of convenience, security, and service features on the interest in using Bank Jago's internet banking services among Generation Z in Semarang City. This research method uses a quantitative approach with a sample of 97 people taken with a purposive sampling model. Data analysis uses multiple linear regression methods with SPSS statistical software 30. The results of this study indicate that the variables of convenience, security, and service features have a positive and significant effect on interest.

Keywords: *Convenience, Security, Service Features, Interest*

PENDAHULUAN

Bank Digital di Indonesia, terus menunjukkan pertumbuhan dalam beberapa tahun terakhir ini. Dari Bank Indonesia (BI) mencatat nominal transaksi perbankan digital yang kini mencapai Rp5.570,49 triliun atau meningkat kisaran 10,82% secara tahunan (Populix, 2024). Dilihat dari pengguna Bank Digital di masa sekarang yang menginginkan layanan yang cepat, mudah, dan dapat diakses kapan dan dimana saja. Seperti *smartphone* atau *gadget* dalam internet mengubah cara orang berinteraksi dengan bank. Hal ini membuat pergeseran perilaku konsumen yang semakin mengarah ke preferensi transaksi ke penggunaan Bank Digital (Safitri et al., 2024).

Grafik 1: Peningkatan Penggunaan Aplikasi Digital di berbagai Bank



Sumber : (Populix, 2024)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa popularitas pengguna Bank Digital meningkat dikalangan masyarakat yang sering menggunakan aplikasi perbankan digital untuk kebutuhan sehari-harinya seperti pengisian saldo e-wallet dan transaksi e-commerce. Bank Jago menduduki posisi kedua dengan meningkatnya pengguna bank digital di Indonesia. Meskipun Bank Jago menduduki posisi kedua Bank Jago dikenal sebagai bank murni dengan *positioning*

yang cukup unik, yaitu integritas ke ekosistem digital misalnya Gojek, GoPay, dan Tokopedia. Terutama Gen Z yang akrab dengan ekosistem digital. Dalam target market Bank Jago lebih spesifik dengan segmentasi, Bank Jago juga lebih fokus ke anak muda (Gen Z) dalam pengguna digital *savvy*. Hal ini dapat mengukur akan minat generasi muda terhadap layanan perbankan digital. Kemudian untuk potensi pertumbuhan Bank Jago sering dianggap sebagai salah satu pionir bank digital di Indonesia. Dilihat dari potensinya yang besar untuk jangka panjang karena ekosistem yang mendukung misalnya GoTo Group. Selanjutnya dilihat dari relevansi yang berfokus pada faktor kemudahan, keamanan dan fitur layanan, Bank Jago cocok dijadikan objek karena ketiga faktor tersebut adalah kekuatan untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Data tersebut menunjukkan 94% pada *Top of mind* Bank Jago, yang menunjukkan bahwa nama merek Bank Jago yang pertama kali teringat oleh banyak konsumen atau pengguna ketika ditanya tentang bank digital. Kemudian Total penyebutan spontan, Bank Jago memiliki presentase 70% hal ini menunjukkan bahwa seberapa sering Bank Jago disebutkan secara spontan atau secara langsung oleh pengguna tanpa adanya pilihan atau petunjuk sebelumnya dan pada Total *awareness*, Bank Jago meraih 24% yang menunjukkan tentang banyaknya tingkat kesadaran masyarakat dalam menggunakan Bank Jago terhadap suatu bank digital. Ini mengindikasikan bahwa upaya pemasaran dan branding Bank jago telah membuahkan hasil.

Riset terbaru oleh populix bertajuk “Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi terhadap Bank Digital di Indonesia” menyampaikan bahwa keamanan, kemudahan bertransaksi, hingga kenyamanan dalam penggunaan aplikasi menjadi faktor utama yang mendorong

minat masyarakat dalam penggunaan aplikasi pada Bank Digital di Indonesia. Dilihat dari sebuah fitur-fitur pada aplikasi Bank digital, keamanan data dalam bertransaksi menempati presentase paling tinggi di kisaran 31% (Kontan.co.id, 2024). Menurut Abdullah (2022) mengatakan bahwa kemampuan Bank Digital untuk menciptakan sebuah fitur yang inovatif, unik dan relevan dapat menjadikan kunci sukses dalam meyakinkan pengguna yang bertransaksi di aplikasi. Salah satu yang menjadi pemain utama dalam perbankan digital di Indonesia adalah Bank Jago. Bank Jago memiliki sejumlah fitur seperti Kantong Nabung, Kantong Terkunci, Kantong Bayar, Kantong Bersama, dan Kantong Berbagi dimana pada fitur ini dapat memungkinkan pengguna dalam mengatur tabungannya dengan beberapa kantong terpisah. Kemudian fitur lainnya seperti Kirim dan Bayar dimana pengguna Bank Jago dapat melakukan transaksi transfer uang kapanpun dan dimanapun dengan mudah. Top up e-wallet, Kartu Debit Jago Visa, yang menghubungkan Kantong Jago dengan Gojek dan fitur lainnya meliputi Kontak, Personalisasi, maupun Shortcut (Jago.com, 2024).

Dengan banyaknya pengguna Bank Jago yang menggunakan produk seperti Gojek, Gopay maupun Stockbit dan Bibit, hal tersebut yang mendorong jumlah aktif para pengguna Bank Jago masih bertahan hingga saat ini. Bagi Bank Jago sendiri, pengguna yang masih aktif bisa dinilai dari kegiatan di ekosistem yang terlibat dengan Bank Jago tanpa harus membuka aplikasi Bank Jago. Misalnya ketika pengguna yang menggunakan produk Gopay Tabungan secara tidak langsung pengguna tersebut menggunakan Bank Jago (Liputan6, 2024).

Tabel 1: Jumlah Nasabah Bank Jago dari 2021 – 2023

Tahun	Jumlah Nasabah	
	Nasabah	Kenaikan
2021	1, 4 Juta	-
2022	5, 1 Juta	26%
2023	10, 2 Juta	100%

Sumber : (Jago.com, 2022), (IDX Channel, 2023), (Jago.com, 2024)

Dari data diatas dapat di deskripsikan bahwa pada periode 2021 – 2023 terjadi lonjakan pada perolehan nasabah di Bank Jago, rata-rata peningkatan Bank Jago naik 26% dari tahun 2021 ke 2022 sementara pada tahun 2022 ke 2023 sebesar 100%.

Menurut Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) kota Semarang masuk dalam kategori tinggi dalam pilar infrastruktur ekosistem dan pilar keterampilan digital. Kota Semarang sebagai salah satu kota besar di Jawa Tengah yang dinilai unggul dan produktif dibanding kota-kota lain di Indonesia karena keberhasilannya dalam mengintegrasikan aplikasi-aplikasi digital (Semarangkota.go.id, 2024). Dilihat dari masyarakat Semarang terutama Gen Z yang sekarang sangat minim sekali dalam melakukan pembayaran secara tunai dan mulai menggunakan metode secara *cashless*, hal ini membuktikan bahwa transaksi sekarang basisnya digital. Hampir semua tempat jual beli di toko-toko sekarang, transaksinya berbentuk *cashless*, scan, dan QRIS. Transaksi digital sekarang memiliki beragam dampak, dari sisi ekonomi makro misalnya peningkatan transaksi digital akan mendorong kecepatan pada peredaran uang. Hal ini berbanding lurus dengan transaksi ekonomi yang efisien, yang nantinya transaksi digital akan berdampak pada output secara ekonomi makro yang akan meningkat. Transaksi efisien melalui transaksi secara digital akan menciptakan kecepatan dalam bertransaksi,

hal ini dapat mendorong output ekonomi yang mengakselerasikan pada pertumbuhan ekonomi (beritajateng.tv, 2024). Berdasarkan kelompok generasi, generasi yang paling muda lebih banyak yang memiliki indeks literasi digital tinggi. Menurut survei yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) dengan kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) berjudul “Status Literasi Digital di Indonesia 2021” 60 persen Gen Z termasuk pada penilaian kelompok responden dengan literasi digital yang tinggi. Temuan dari survei tersebut sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Deloitte yang menunjukkan generasi yang lebih muda sangat terpapar dan terhubung dengan penggunaan teknologi digital. Kemudian berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, Gen Z merupakan generasi terbesar di Indonesia dengan jumlah mencapai 74,93 juta jiwa, diperkirakan tahun 2023 Gen Z akan mencapai 83,4 juta jiwa yang menjadi kekuatan utama dalam konsumsi dan ekonomi digital. Daya beli Gen Z juga terbilang tinggi. Hasil riset Katadata Insight Center menunjukkan bahwa 37% Gen Z memiliki pendapatan bulanan diatas Rp 5 juta dan 22% diantaranya memiliki pendapatan di atas Rp 10 juta. Gen Z juga lebih menyukai platform e-commerce yang menawarkan pengalaman pengguna yang mudah, personalisasi, dan interaktif. Mereka juga lebih tertarik dengan produk-produk yang unik, autentik dan ramah lingkungan. Hal ini menjadikan mereka sebagai target pasar yang potensial bagi pelaku e-commerce (Kompasiana, 2024).

Dengan meningkatnya pengguna aplikasi bank digital, seiring dengan meningkatnya pengguna aplikasi bank jago apabila saat digunakan aplikasi tersebut dapat digunakan dengan mudah maka konsumen akan tertarik dan terus menggunakannya bilamana penggunaan aplikasi dapat dipercaya bahwa teknologi

tersebut dapat dengan mudah untuk digunakan tanpa adanya usaha yang keras (Davis, 1989). Kemudian berkaitan dengan perlindungan konsumen tentang keamanan, ini menjadi salah satu faktor yang dapat menarik minat pengguna konsumen yang memiliki rasa percaya tanpa adanya kecemasan yang tinggi. Dengan adanya berita ulasan konsumen tentang akun yang secara tiba-tiba terkunci dan terblokir ini membuat konsumen lebih mempertimbangkan lagi untuk menggunakannya (Media Konsumen, 2024). Dan adanya fitur yang lengkap dan unik dengan menghindari fitur yang dianggap kurang memenuhi kebutuhan konsumen ini menjadi salah satu hal yang dapat menarik konsumen untuk menggunakan aplikasi bank digital. Namun, menurut data yang ada bahwa bank jago terus mengalami peningkatan jumlah pengguna aplikasi bank jago secara konsisten (Liputan6, 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa ketertarikan masyarakat dalam menggunakan aplikasi bank jago tetap tinggi walaupun adanya keluhan dari konsumen.

Dengan demikian penelitian yang dilakukan oleh Ripaluddin et al., (2023) mengatakan bahwa ada beberapa bukti kemudahan dari penggunaan teknologi informasi seperti sistem yang mudah, sistem dapat melakukan apa yang diinginkan oleh pengguna, dan sistem dapat dengan mudah untuk dipelajari dan digunakan. Beberapa penelitian terkait kemudahan terhadap minat bertransaksi memiliki perbedaan hasil penelitian, seperti penelitian oleh Ahmad Nur Budi Utama et al., (2024) yang menyatakan bahwa Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Namun penelitian yang dilakukan oleh Reihandho & Fajarwati (2023) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan.

Adanya keamanan dengan kecilnya risiko hilangnya sebuah data dan rendahnya risiko pencurian dapat membuat pengguna merasa aman (Bakhtiar et al., 2022). Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian pengguna tentang penyalahgunaan data transaksi yang mudah rusak (Kurnianingsih & Hidayat, 2021). Dengan ini penelitian yang dilakukan oleh Andayani et al (2024) mengatakan bahwa Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan menurut Mukhtisar et al. (2021) mengatakan bahwa Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Dalam fitur layanan dengan terjamin adanya fitur yang beraneka ragam maka pengguna akan tertarik untuk menggunakan produk tersebut (Girani & Susanti, 2021). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dirwan & Latief (2020) mengatakan bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Uang Digital. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Prastiwi Umaningsih & Dewi Kusuma Wardani (2020) bahwa Fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan E-money.

Menurut Davis(1980, dalam teori Technology Acceptance Model, implementasi sebuah teknologi informasi, dapat diterima dilihat dari 2 (dua) faktor yaitu *Perceive Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Namun dalam kaitanya dengan data dan informasi transaksi pada perbankan, aspek keamanan data nasabah juga menjadi faktor yang sangat dipertimbangkan oleh nasabah dalam menggunakan teknologi informasi yang ditawarkan oleh bank. Dengan adanya jaminan keamanan data dan informasi, dapat menumbuhkan kepercayaan calon nasabah pada bank (Garfinkel & Lipford, 2014), yang pada akhirnya akan

memunculkan minat. Disamping itu, berbagai fitur yang dapat menunjang kemudahan penggunaan juga memiliki peran penting untuk menumbuhkan minat. Menurut (Poon, 2008), fitur seperti keberagaman layanan transaksi, keberagaman menu dan inovasi produk juga berpotensi menumbuhkan minat.

Berdasarkan latar belakang masalah, dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut: rumusan masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut: (1) Bagaimana dampak kemudahan terhadap minat menggunakan internet banking bank Jago pada Gen Z di Kota Semarang? (2) Bagaimana dampak keamanan terhadap minat menggunakan internet banking Bank Jago pada Gen Z di Kota Semarang? (3) Bagaimana dampak fitur layanan terhadap minat menggunakan internet banking Bank Jago pada Gen Z di Kota Semarang?

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang. Sedangkan secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan strategi pemasaran khususnya dapat menciptakan minat nasabah untuk menggunakan Aplikasi Digital Banking yang ditawarkan oleh Bank Jago..

KAJIAN LITERATUR

Teori TAM (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi (Davis, 1989). Teori TAM pertama kali di perkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, Teori yang populer untuk para penelitian

mengenai adopsi teknologi informasi dan juga merupakan model penerimaan. *TAM* memprediksi penerimaan pengguna berdasarkan dua variabel utama, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua variabel tersebut yang akan mempengaruhi sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) yang dapat mempengaruhi minat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*), sehingga pada akhirnya dapat menunjukkan penggunaan sistem sesungguhnya (*actual system use*). Berikut dapat dijelaskan bahwa : (1) Persepsi kegunaan, yang ialah sejauh mana seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan memberikan manfaat dalam membantu meningkatkan kinerjanya;(2) Persepsi kemudahan kegunaan, yang ialah sejauh mana seorang individu percaya bahwa sistem tertentu akan mudah untuk dipahami dan digunakan tanpa membutuhkan sebuah kerja keras baik secara fisik maupun mental;(3) Sikap terhadap penggunaan, yang ialah sebagai sikap pengguna untuk menggunakan sistem informasi yang dapat berbentuk menerima atau menolak suatu yang muncul sebagai dampak ketika seseorang menggunakan sistem tersebut untuk bekerja;(4) Minat perilaku untuk menggunakan, yang ialah untuk menggunakan dapat diartikan sebagai kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu sistem tertentu;serta(5) Penggunaan sistem sesungguhnya, yang ialah suatu keadaan nyata atas penggunaan dari suatu sistem tertentu.

Dalam penelitian ini telah dimodifikasi dengan variabel independen tambahan seperti keamanan (*security*) dan fitur layanan. Kemudahan masuk ke konstruk persepsi kemudahan kegunaan, apabila suatu teknologi semakin mudah untuk digunakan maka persepsi kemudahan meningkat. Hal ini akan mempengaruhi

Persepsi usefulness karena semakin mudah, maka semakin terasa manfaatnya dan juga meningkatkan positif serta rasa niat seseorang untuk menggunakannya. Kemudian keamanan termasuk dalam external variables. Apabila seseorang mempunyai rasa aman bahwa data dapat terlindungi maka akan meningkatkan Perceived usefulness, karena pengguna merasa terlindungi dan percaya untuk menggunakan layanan pada teknologi tersebut. Selanjutnya untuk fitur layanan juga termasuk external variables, semakin beragam dan bermanfaat fitur yang ditawarkan maka semakin tinggi perceived usefulness. Fitur layanan dapat mempengaruhi attitude toward using, karena pengguna merasa aplikasi lebih praktis dan efisien dibandingkan dengan pesaing.

Kemudahan

Menurut (Davis, 1989), kemudahan dalam sebuah teknologi diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa internet banking bisa dengan mudah dipahami dan digunakan sehingga nasabah tidak harus melakukan usaha yang keras dalam menggunakannya. Kemudahan dapat menjadi faktor pendorong menarik minat seseorang untuk menjadi enggan dalam menggunakannya. Menurut Nidhom (2019) mengatakan bahwa kemudahan atau *usability* merupakan cara untuk mengetahui sejauh mana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara efisien, efektif, dan saat pengguna menggunakan produk dengan luas. Kemudahan hanya melakukan sedikit usaha dan tidak harus melalui banyak prosedur untuk melakukan sebuah transaksi sehingga dapat memudahkan pengguna dalam menggunakan produk melalui internet. Berikut indikator kemudahan menurut (Sun dan Zhang, 2006) yakni : (1) Kemudahan dalam mempelajarinya;(2) Mudah digunakan;(3)

Jelas dan mudah dimengerti;serta(4)
Menjadikan lebih terampil.

Keamanan

Menurut (Garfinkel & Lipford, 2014) menjelaskan bahwa keamanan data merupakan usaha untuk melindungi dan menjamin dalam tiga aspek penting di dunia maya yaitu kerahasiaan data, integritas data dan ketersediaan data. Dengan data yang dimiliki seseorang dapat aman maka pengguna tersebut merasa percaya adanya perlindungan data yang dimiliki. Menurut Suryadharma & Budyastuti (2019) mengungkapkan bahwa keamanan sistem informasi dapat diartikan sebagai kebijaksanaan, prosedur, dan pengukuran teknis yang digunakan untuk mencegah adanya akses yang tidak sah, perubahan program, pencurian dan atau kerusakan fisik terhadap suatu sistem informasi. Untuk melihat tingkat efektifitas dalam keamanan ada beberapa komponen yang bisa di terapkan menurut (Whitman & Mattord, 2018) yaitu : (1) *Personal Security*, menyangkut keamanan pengguna dalam konteks upaya dalam pengamanan informasi;(2) *Operation Security*, yang menitikberatkan strategi untuk mengamankan kemampuan dalam upayanya menjaga keamanan informasi;(3) *Communication Security*, memiliki tujuan sebagai dasar untuk mengamankan media komunikasi, teknologi komunikasi, dan kemampuan untuk memanfaatkan alat komunikasi terkait menjaga keamanan informasi;serta(4) *Network Security*, sebuah pengamanan peralatan jaringan data perusahaan yang menitikberatkan pada jaringan dan isinya, serta kemampuan untuk menggunakan jaringan tersebut untuk menjaga keamanan informasi. Indikator Keamanan menurut (Raman dan Viswanathan, 2011) sebagai berikut : (1) Jaminan keamanan;(2) Kerahasiaan data;serta (3)Jaminan kesesuaian produk.

Fitur Layanan

Fitur Layanan merupakan karakteristik yang menambah sebuah fungsi dasar pada suatu produk. Fitur layanan adalah aspek yang paling mendasar untuk menciptakan kepercayaan kepada para pelanggan dalam melakukan transaksi. Menurut Thom W.A Isliko (2010) mengemukakan bahwa fitur produk dapat diukur melalui keragaman fitur, fitur sesuai dengan harapan, dan fitur memiliki keunggulan. Fitur yang unik, aman dan mudah digunakan dapat membuat seseorang tertarik untuk menggunakannya. Dengan demikian fitur layanan dapat diartikan sebagai unsur produk yang ditawarkan penyedia jasa kepada seseorang sebagai dasar pengambilan keputusan. Indikator Fitur Layanan Menurut (Poon, 2008) : (1) Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa;(2) Keberagaman layanan transaksi; (3) Keberagaman fitur;(4) Inovasi produk.

Minat

Menurut Jogiyanto mengatakan bahwa minat perilaku (*behavioral intention*) dapat diartikan sebagai rasa keinginan dan niat pada seseorang untuk melaksanakan, menggunakan atau menjalani suatu perilaku tertentu. Ini berarti bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut (Regita et al., 2020). Minat diartikan sebagai salah satu sudut pandang yang mempengaruhi jiwa manusia untuk mencapai sebuah target, apabila seseorang mempunyai tujuan terhadap sesuatu benda maka orang tersebut cenderung memperhatikan dan merasa lebih bahagia untuk mendapatkan benda tersebut. Apabila benda tersebut bernilai atau bermanfaat baginya maka orang tersebut akan berminat untuk menggunakan benda tersebut yang memberikan kelancaran dan kepuasan, seperti

menggunakan bank digital apabila menurut seseorang itu hal yang menarik dan memberikan kepuasan maka seseorang itu hal yang menarik dan memberikan kepuasan maka seseorang akan cenderung memiliki keinginan untuk menggunakannya (Tjini & Baridwan, 2013). Indikator minat menurut (Rodiah & Melati, 2020) sebagai berikut : (1) Ketertarikan pada objek minat; (2) Perasaan senang; serta (3) Kecenderungan untuk menggunakan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kemudahan terhadap Minat

Menurut (Davis, 1989) kemudahan diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer atau internet banking bisa dengan mudah dipahami dan dapat digunakan sehingga tidak memerlukan usaha yang keras dalam menggunakannya. Kemudahan dalam sebuah teknologi disebut sebagai kepercayaan bahwa suatu sistem dapat dengan mudah dipahami dan dapat digunakan. Apabila seseorang merasa bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah dan semakin mudah untuk digunakan, maka semakin kuat timbulnya rasa minat pada individu tersebut sehingga mereka cenderung untuk menggunakannya. Kemudahan ini juga mengurangi terjadinya hambatan dalam proses transaksi, sehingga dengan mudah untuk mencapai tujuan dalam penggunaan sistem yang secara langsung dapat meningkatkan minat untuk terus menggunakan digital banking. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nur Budi Utama et al., (2024) yang menunjukkan bahwa Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat. Penelitian yang dilakukan oleh Oktaviana et al., (2023) juga mengungkapkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat. Kemudian penelitian oleh Nizar & Yusuf (2022) mengatakan bahwa Persepsi

Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat. Berdasarkan uraian diatas diajukan hipotesis sebagai berikut. **H₁: Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat**

Keamanan terhadap Minat

Menurut (Rutanaji et al., 2017) keamanan sistem informasi merupakan usaha untuk memberikan keamanan terhadap berbagai informasi dari ancaman yang mungkin terjadi. Menurut penelitian oleh (Tsiakis & Sthephanides, 2005) juga menyatakan bahwa keamanan diartikan sebagai seperangkat program dan prosedur yang digunakan untuk pembuktian sumber informasi dan memastikan integritas serta privasi informasi. Ketika seseorang yang berminat menggunakan sebuah teknologi mempunyai rasa aman saat data terlindungi dalam menggunakan suatu sistem teknologi, maka mereka cenderung lebih mempunyai rasa kepercayaan, harapan, dan keinginan untuk dapat menggunakan layanan tersebut dan terus menggunakannya. Dengan dukungan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andayani et al. (2024) yang menunjukkan bahwa Keamanan berpengaruh positif terhadap Minat, maka diajukan hipotesis sebagai berikut. **H₂: Keamanan berpengaruh positif terhadap Minat**

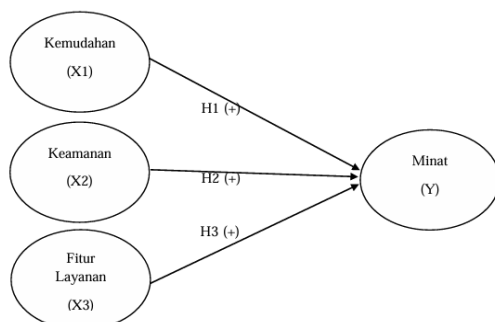
Fitur layanan terhadap Minat

Fitur Layanan merupakan karakteristik yang menambah sebuah fungsi dasar pada suatu produk (Schmitt, 2010). Menurut Thom W.A Isliko (2010) mengemukakan bahwa fitur produk dapat diukur melalui keragaman fitur, fitur sesuai dengan harapan, dan fitur memiliki keunggulan. Fitur yang unik, aman dan mudah digunakan dapat membuat seseorang tertarik untuk menggunakannya. Apabila seseorang merasa puas dengan fitur layanan, maka fitur tersebut harus mencakup kebutuhan. Fitur yang beragam dan inovatif mampu memenuhi kebutuhan

seseorang, terutama generasi Z yang menginginkan pengalaman digital yang modern dan praktis. Adanya fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi akan menumbuhkan rasa kepercayaan, yang pada akhirnya memengaruhi minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian oleh Dirwan & Latief (2020) menunjukkan bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif pada Minat. Penelitian yang dilakukan oleh Nurvitasari & Dwijayanti (2022) mengatakan bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif terhadap Minat. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Marthauli et al., (2021) juga mengatakan Fitur Layanan berpengaruh positif terhadap Minat. Berdasarkan uraian diatas maka diajukan hipotesisi: **H₃: Fitur layanan berpengaruh positif terhadap Minat**

Model Penelitian

Model penelitian yang diajukan menjelaskan adanya berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan Internet Banking yang ditawarkan oleh Bank Jago. Variabel yang menjadi *Dependent Variable* adalah Minat (Y), dimana minat tersebut dipengaruhi oleh 3 variabel independen yaitu: Kemudahan, Keamanan dan Fitur Layanan.



Gambar 1. Model Penelitian
Sumber : Penelitian terdahulu yang dikembangkan

METODE PENELITIAN

Populasi

Penelitian yang dilaksanakan akhir 2025 di Kota Semarang ini, populasinya adalah Gen (Generasi) Z yang berminat menggunakan produk dan layanan Digital/Internet banking Bank Jago di Kota Semarang.

Sampel dan Teknik Sampling

Sampel diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Jenis teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dan jenis metode sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling* dimana pengambilan sampelnya menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai kriteria yang diinginkan, yaitu: (1) Responden yang tinggal di Kota Semarang ;(2) Responden yang berminat menggunakan produk layanan internet banking Bank Jago;(3) Responden Gen Z (13-28 Tahun);serta(4) Responden yang sudah mengetahui dan mengenal produk internet banking Bank Jago. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lameshow dari buku Ogston et al., (1991), sehingga, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Dimana data dikumpulkan menggunakan Kuesioner dengan pilihan jawaban menggunakan Skala Likert:

Sangat Tidak Setuju” (STS) skornya 1, “Tidak Setuju”(TS) skornya 2, “Netral” (N) skornya 3, “Setuju” (ST) skornya 4, dan “Sangat Setuju”(SS) skornya 5 (Sugiyono, 2019).

Variabel Penelitian

Variabel Dependen dalam penelitian ini yaitu: Minat (Y) sedangkan variabel bebas (variabel independen) merupakan variabel-variabel yang memiliki pengaruh yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019). Maka, untuk variabel bebas dalam penelitian ini adalah

kemudahan (X1), keamanan (X2), dan fitur layanan (X3).

Alat Analisis

Data analisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS *statistic* 30.

Uji Instrumen

	Validitas	Reliabilitas
X1	Valid	0.843
X2	Valid	0.811
X3	Valid	0.787
Y	Valid	0.702

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Hasil dari uji instrumen validitas terhadap 97 orang responden dengan nilai signifikansi <0.05 diketahui r_{tabel} sebesar 0.198, maka keseluruhan item pertanyaan pada masing-masing indikator dinyatakan valid dan hasil dari uji instrumen reliabilitas pada keseluruhan variabel diperoleh nilai cronbach's alpha >0.70 , maka keseluruhan variabel dinyatakan valid.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.084
-------------------------------------	------

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas, nilai dari Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.084 yang berarti lebih besar dari 0.05, maka dapat dikatakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

	Tolerance	VIF
X1	0.524	1.908
X2	0.856	1.168
X3	0.501	1.994

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Dari uji multikolinearitas syarat untuk dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas yaitu toleransi <0.1 dan VIF >10 . Berdasarkan data diatas, diketahui keseluruhan variabel tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

	Sig	Hasil
X1	0.541	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
X2	0.925	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
X3	0.757	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas, disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, maka diartikan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Regresi Linear Berganda

	Koefisien	t	Sig
Constant	0.097	0.082	0.935
X1	0.164	2.105	0.038
X2	0.324	3.914	$<.001$
X3	0.283	3.502	$<.001$

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel regresi, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0.097 + 0.164X_1 + 0.324X_2 + 0.283X_3 + \varepsilon$$

Dari persamaan regresi dapat diintepretasikan sebagai berikut : (1) Nilai Konstanta menunjukkan nilai dari variabel dependen (Y) ketika semua variabel independen (X1, X2, dan X3) bernilai nol 0, yaitu sebesar $Y = 0.097$. Koefisien regresi: variabel Kemudahan (X1) bernilai positif yaitu sebesar 0.16; , variabel Keamanan (X2) bernilai positif yaitu sebesar 0.324 dan variabel Fitur Layanan (X3) bernilai positif yaitu sebesar 0.283.

Dengan demikian, seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel independen, yang artinya jika nilai variabel independen meningkat/ditingkatkan maka variabel dependen (Y) juga akan mengalami peningkatan, demikian pula sebaliknya.

Uji Goodness Of Fit

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

	Adjusted R Square	Persentase
X1		
X2	0.486	48,6%
X3		

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Dari tabel diatas, diketahui nilai adjusted R square sebesar 0.486 yang artinya kontribusi semua variabel terhadap minat adalah 48.6%.

b. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1 Regression	193.498	3	64.499	31.251
Residual	191.945	93	2.064	
Total	385.443	96		

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil Uji F diatas diperoleh nilai Fhitung sebesar 31.251. Kemudian dengan menggunakan tabel distribusi F pada $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan $N-k-1$ ($97 - 3 - 1 = 93$), diperoleh Ftabel sebesar 2.70. Karena Fhitung $31.251 > r$ tabel 2.70 dan nilai signifikansi < 0.001 lebih kecil dari 0.05 maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan, Keamanan dan Fitur Layanan terhadap Minat.

Uji t

	t_{hitung}	t_{tabel}	Hasil
X1	2.105	1.661	Diterima
X2	3.914	1.661	Diterima
X3	3.502	1.661	Diterima

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Dari hasil uji t diatas bahwa (1) Variabel X1 Kemudahan diperoleh hasil nilai $t_{hitung} = 2.105 > t_{tabel} = 1.661$ dengan tingkat signifikansi $0.038 < 0.05$, maka ini berarti variabel Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat untuk menggunakan internet banking Bank Jago ;(2) Variabel X2 Keamanan diperoleh hasil nilai $t_{hitung} = 3.914 > t_{tabel} = 1.661$ dengan tingkat signifikansi $< 0.001 < 0.05$, maka ini berarti variabel Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat untuk menggunakan internet banking Bank Jago ; serta(3) Variabel X3 Fitur Layanan diperoleh hasil nilai $t_{hitung} = 3.502 > t_{tabel} = 1.661$ dengan tingkat signifikansi $< 0.001 < 0.05$, maka ini berarti variabel Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat untuk menggunakan internet banking Bank Jago.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat

Variabel kemudahan memiliki nilai sig 0.038 dimana nilai tersebut < 0.05 dan nilai t_{hitung} sebesar $2.105 > t_{tabel} 1.661$ yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kemudahan terhadap minat. Maka H_1 menyatakan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan internet banking Bank Jago diterima.

Keamanan berpengaruh positif terhadap minat

Variabel keamanan memiliki nilai sig < 0.001 dimana nilai tersebut < 0.05 dan nilai t_{hitung} sebesar $3.914 > t_{tabel} 1.661$ yang artinya terdapat pengaruh positif dan

signifikan antara variabel keamanan terhadap minat. Maka H_2 menyatakan keamanan berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan internet banking Bank Jago diterima.

Fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat

Variabel fitur layanan memiliki nilai $\text{sig} < 0.001$ dimana nilai tersebut < 0.05 dan nilai t_{hitung} sebesar $3.502 > t_{\text{tabel}} 1.661$ yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel fitur layanan terhadap minat. Maka H_3 menyatakan fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan internet banking Bank Jago diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan, Keamanan, dan Fitur Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat pada Gen Z di Kota Semarang. Secara statistik, ketiga variabel ini mampu menjelaskan kecenderungan individu dalam meningkatkan Minat menggunakan internet banking Bank Jago. Kemudahan dalam memahami tampilan aplikasi tanpa membutuhkan usaha yang besar dapat menumbuhkan rasa senang, puas, dan loyal dalam penggunaan, sehingga dapat memperkuat minat responden dalam menggunakannya. Keamanan sistem yang dianggap aman akan dipersepsi memberikan manfaat dan kenyamanan, sehingga mendorong minat perilaku untuk menggunakannya. Kemudian pada Fitur Layanan ketika fitur-fitur tersebut dianggap relevan, inovatif, dan mendukung efisiensi dalam transaksi keuangan, mampu mendorong keinginan seseorang untuk terus memakai layanan Bank Jago

Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka saran dan masukan untuk penelitian mendatang yaitu (1) Berdasarkan hasil penelitian dan dukungan dari jawaban responden, disarankan agar pengembangan layanan internet banking Bank Jago terus meningkatkan aspek kemudahan, keamanan, dan fitur layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, terutama generasi muda seperti mahasiswa dan karyawan yang berusia 21-24 tahun ;(2) Penelitian selanjutnya dapat memperluas variabel yang diteliti, seperti Kepercayaan, Persepsi Risiko, Promosi, Manfaat, dan *Attitude* untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi Minat ; serta(3) Penggunaan metode penelitian yang beragam, termasuk wawancara dan observasi, juga dapat membantu memahami faktor-faktor tersebut secara lebih mendalam khususnya pada Gen Z di Kota Semarang. Jika beberapa saran ini dilakukan, diharapkan produk internet banking Bank Jago akan lebih diminati khususnya oleh Gen Z di Kota Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mursyidun Nidhom. (2019). *Interaksi Komputer dan Manusia*.
Ahmad Nur Budi Utama, Rezki Fitriani, Dian Firdaus, Zaenal Arief, & Arnes Yuli Vandika. (2024). Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 2686–2698.
<https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.6221>
beritajateng.tv. (2024). *Minim Uang Tunai, Gen Z di Semarang Semakin Cashless*. Beritajateng.Tv.
<https://beritajateng.tv/minim-uang-tunai-gen-z-di-semarang-semakin-cashless/2/>

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dirwan, & Latief, F. (2020). Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 288–298.
- IDX Channel. (2023). *Nasabah Bank Jago (ARTO) Capai 5,1 Juta, Naik Empat Kali Lipat Tahun Lalu*. IDX Channel. <https://www.idxchannel.com/market-news/nasabah-bank-jago-arto-capai-51-juta-naik-empat-kali-lipat-tahun-lalu>
- Jago.com. (2022). *Siaran Pers Jakarta, Indonesia - Juli 21, 2022*. Media-Center. <https://www.jago.com/id/media-center/press-release/tembus-3-juta-nasabah-struktur-dana-bank-jago-semakin-membaik>
- Jago.com. (2024a). *Mengenal Kantong Jago Lebih Jauh*. Jago.Com. <https://www.jago.com/id/blog/jenis-kantong-jago>
- Jago.com. (2024b). *Siaran Pers Jakarta, Indonesia - Maret 22, 2024*. Wwww.Jago.Com. <https://www.jago.com/id/media-center/press-release/strategi-kolaborasi-dorong-kinerja-bank-jago-di-2023>
- Kompasiana. (2024). *Peran Generasi Z dalam Perkembangan Ekonomi Digital E-Commerce di Indonesia*. Kompasiana. https://www.kompasiana.com/rezanafi8072/6661f08634777c4cbc6a7a32/peran-generasi-z-dalam-perkembangan-ekonomi-digital-e-commerce-di-indonesia#google_vignette
- Kontan.co.id. (2024). *Penggunaan aplikasi perbankan digital*. Putri Werdiningsih. <https://keuangan.kontan.co.id/news/bank-digital-diminati-gen-z-survei-populir-beberapa-penyebabnya>
- Liputan6. (2024). *Jumlah Nasabah Bank Jago Terus Meningkat*. Wwww.Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5673200/jumlah-nasabah-bank-jago-terus-meningkat-ini-rahasiannya>
- Marthauli, M., Mirati, E., & Vidyasari, R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek. *Account*, 8(1), 1463–1471. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3879>
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>
- Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1472–1481.

- <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1472-1481>
- Ogston, S. A., Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1991). Adequacy of Sample Size in Health Studies. *Biometrics*, 47(1), 347. <https://doi.org/10.2307/2532527>
- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan ShopeePay Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2806–2822. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.905>
- Piter Abdullah. (2022). Menurut Ekonom CORE Indonesia Piter Abdullah, survei ini mengonfirmasi bahwa kemampuan bank digital menciptakan fitur yang inovatif, unik dan relevan menjadi kunci sukses dalam meyakinkan nasabah untuk bertransaksi di aplikasi. Suara.Com. <https://www.suara.com/bisnis/2022/07/26/105412/jago-jadi-jawara-bank-digital-ini-pemicunya>
- Poon, W. C. (2008). Users' adoption of e-banking services: The Malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1), 59–69. <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>
- Populix. (2024). Populix. Wilhelmina Alexandra Valmay Putri Aberth. <https://data.goodstats.id/statistic/seabank-pimpin-pasar-perbankan-digital-bank-jago-dan-blu-by-bca-susul-dengan-tingkat-konversi-tinggi-e60p0>
- Raman, A. dan V. A. (2011). "Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer", *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*. December, 54–60.
- Regita, A., Santoso, T., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Bisnis, F., & Siwalankerto, J. (2020). 9. Pengaruh PEU, PU, dan T Terhadap BIU Metode TAM. 8(1).
- Reihandho, M. I., & Fajarwati, D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Perbankan Digital di Indonesia. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 70–80. <https://doi.org/10.34306/abdi.v4i2.961>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>
- Safitri, N. A., Julia, R., Swinta, S., Elisah, N. N., Nadya, D., Hutapea, A., Ariyana, N., Ekonomi, F., Bisnis, D., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2024). Strategi Inovasi Perbankan Digital dalam Menghadapi Persaingan Industri Keuangan. *Indonesian Journal of Economics*, 1(5), 414–419.
- Semarangkota.go.id. (2024). Luar Biasa! Kota Semarang Jadi yang Terbaik Tingkat Nasional Dalam Bidang Transformasi Digital. Semarangkota.Go.Id. https://semarangkota.go.id/p/6097/luar_biasa!_kota_semarang_jadi_yang_terbaik_tingkat_nasional_dalam_bidang_g_t#
- Simson Garfinkel & Heather Richter Lipford. (2014). *Usable Security: History, Themes, and Challenges Synthesis Lectures on Information Security, Privacy, and Trust*.
- Sugiyono, 2019. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).
- Sun, H., & Zhang, P. (2006). Causal

Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach. *Journal of the Association for Information Systems*, 7(9), 618–645. <https://doi.org/10.17705/1jais.00100>

Suryadharma SIM, SE., M.Ak., CIBA, CPIR, Triyani Budyastuti, SE., M. A. (2019). *Sistem Informasi Manajemen*. Uwais Inspirasi Indonesia.

Wahyu Prastiwi Umaningsih, & Dewi Kusuma Wardani. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 21, 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>

Whitman, M. E., & Mattord, H. J. (2018). Principles of Information Security. In *Cengage Learning*. www.cengage.com.