



PENGARUH PENGUNGKAPAN SUKARELA MANAJEMEN RISIKO NON KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR INDUSTRI PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2022

Gabriella Antoni¹, Hendro Lukman²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta
gabriella.125214017@stu.untar.ac.id¹, hendrol@fe.untar.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melanjutkan kajian di bidang akuntansi dengan mengeksplorasi persepsi masyarakat terhadap penggunaan mobile banking. Fokus utama penelitian adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna, seperti persepsi mengenai perceived ease of use, usefulness, dan risk. Sampel penelitian terdiri dari 163 responden yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling dan snowball sampling, dengan pengumpulan data melalui Google Form. Periode pengumpulan data berlangsung dari Desember 2023 hingga Februari 2024. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS 3, yang menunjukkan bahwa perceived ease of use dan usefulness berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking, sementara perceived risk tidak mempengaruhi keputusan tersebut.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Risiko, Mobile Banking

Abstract

This research aims to continue the study in the field of accounting by exploring people's perceptions of the use of mobile banking. The main focus of the research is to identify factors that influence user decisions, such as perceptions of perceived ease of use, usefulness, and risk. The research sample consisted of 163 respondents selected using simple random sampling and snowball sampling techniques, with data collection via Google Form. The data collection period lasted from December 2023 to February

2024. Data analysis was conducted using SmartPLS 3, which shows that perceived ease of use and usefulness have a significant effect on the decision to use mobile banking, while perceived risk does not affect the decision.

Keywords:: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Mobile Banking

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah mendorong sektor perbankan untuk menggunakan saluran elektronik guna memudahkan layanan bagi nasabah, salah satunya adalah m-banking. Di Indonesia, penggunaan smartphone sebagai alat pembayaran telah menjadi tren, memberikan akses lebih mudah ke layanan keuangan. Layanan m-banking menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan, sehingga nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, tanpa perlu mengunjungi bank secara fisik. Meskipun layanan ini memiliki banyak keunggulan, penggunaannya masih belum merata di kalangan masyarakat.

Peningkatan penggunaan smartphone dan kemajuan teknologi nirkabel telah mengubah pola transaksi bisnis dan konsumen. Banyak nasabah kini dapat menyelesaikan urusan perbankan dengan mudah melalui smartphone mereka. Namun, meskipun potensi manfaatnya besar, masih ada hambatan dalam menggunakan m-banking, seperti perceived risk keamanan dan kurangnya pemahaman dari nasabah. Penelitian ini akan membuktikan apakah perceived ease of use, usefulness, dan risk menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan m-banking.

Pengguna m-banking di negara berkembang, termasuk Indonesia, masih tergolong rendah meski teknologi ini sudah tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa mendorong nasabah untuk beralih dari perbankan tradisional ke digital memerlukan pendekatan yang lebih mendalam, terutama dengan memahami persepsi dan kekhawatiran nasabah terkait keamanan dan privasi. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan edukasi tentang manfaat m-banking, serta memperbaiki sistem keamanan agar lebih banyak nasabah tertarik untuk menggunakan layanan ini.

LANDASAN TEORI

Theory of Technology Acceptance Model (Teori TAM).

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru. Model ini, diperkenalkan oleh Davis (1989),



menjelaskan bahwa faktor-faktor seperti perceived usefulness dan perceived ease of use memiliki pengaruh besar terhadap niat dan sikap pengguna dalam menggunakan suatu teknologi. Perceived ease of use dan Perceived usefulness akan membentuk sikap pengguna terhadap teknologi, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan sistem tersebut. Faktor eksternal seperti fitur dari mobile banking akan memengaruhi Perceived ease of use dan perceived usefulness.

Variabel Penelitian

Perceived Ease of Use

Tingkat interaksi dan intensitas penggunaan suatu sistem mencerminkan perceived ease of use. Penggunaan rutin menunjukkan bahwa sistem menjadi lebih akrab, mudah, dan nyaman bagi pengguna. Layanan yang mudah digunakan dianggap lebih praktis, dan pelanggan menginginkan manfaat serta kenyamanan tanpa kerumitan. Dengan adanya smartphone, banyak nasabah, terutama dari sektor pemerintah dan swasta, menggunakan mobile banking dapat menghemat waktu dan usaha. Perceived ease of use merupakan komponen penting dalam menggunakan mobile banking bersama dengan perceived usefulness. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking.

Perceived Usefulness

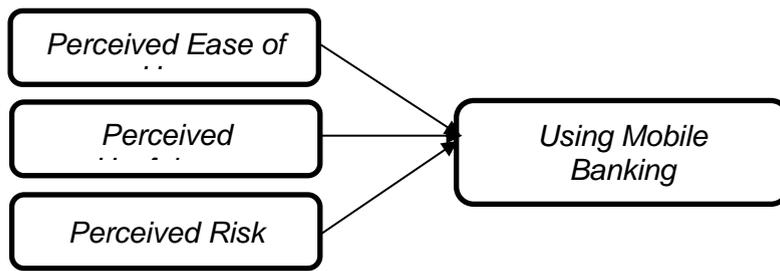
Perceived Usefulness menjadi faktor kunci dalam penggunaan layanan m-banking, karena manfaatnya seperti kemudahan akses, efisiensi waktu, dan kenyamanan bertransaksi dapat meningkatkan persepsi pengguna. Hal ini mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan dan memanfaatkan layanan m-banking secara berkelanjutan. Dengan demikian, semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk menggunakan m-banking dalam aktivitas perbankan mereka. Hipotesis yang diajukan adalah perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking.

Perceived Risk

Perceived risk, terutama yang berhubungan dengan keamanan dan privasi, sering kali menjadi penghambat utama untuk menggunakan mobile banking. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk menangani kekhawatiran pengguna dengan meningkatkan jaminan keamanan, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan niat untuk menggunakan suatu layanan. Meskipun beberapa penelitian menunjukkan bahwa perceived risk tidak selalu menjadi faktor penghalang, terdapat bukti bahwa kekhawatiran tentang keamanan dapat memengaruhi keputusan untuk menggunakan, terutama bagi pengguna dengan pengalaman negatif atau rendahnya kepercayaan terhadap sistem keamanan digital. Hipotesis yang diajukan adalah Perceived risk tidak berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking.



Gambar 1. Kerangka Penelitian



METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yang berfokus pada penggambaran fenomena tertentu tanpa mencari hubungan sebab akibat. Penelitian ini menargetkan responden berusia 17 tahun ke atas, menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui Google Forms antara Desember 2023 hingga Februari 2024. Data hasil kuesioner dianalisis dengan bantuan software SmartPLS 3. Populasi dalam penelitian ini adalah individu berusia di atas 17 tahun yang pernah menggunakan mobile banking. Pengambilan sampel menggunakan teknik convenience sampling, di mana responden yang mudah diakses diberi kuesioner, serta snowball sampling, di mana responden awal akan merekomendasikan kuesioner tersebut pada individu lain. Sampel yang diambil berjumlah 163 responden. Kuesioner ini menggunakan Skala Likert yang merupakan metode yang umum digunakan untuk mengukur sikap, pandangan, atau respons responden terhadap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner. Penggunaan skala Likert dalam pengukuran bertujuan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu. Yang artinya bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner yang menggunakan skala Likert sebagai alat pengukuran, di mana responden diminta untuk memberikan penilaian mereka terhadap pernyataan-pernyataan dengan mengindikasikan sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju, dan skala ini berkisar dari poin 1 hingga 5 (dari yang sangat tidak setuju-sangat setuju). Pernyataan yang diajukan sebagai berikut.

Tabel 1. Pernyataan Kuesioner

E1. Menurut saya, mobile banking praktis digunakan.
E2. Mudah bagi saya untuk mahir dalam menggunakan mobile banking.
E3. Menurut saya, mobile banking mempermudah saya dalam melakukan transaksi perbankan.
E4. Menurut saya, menggunakan mobile banking seringkali membuat frustrasi karena saya harus mengingat kode akses untuk melakukan transaksi perbankan lebih lanjut setiap saat.
E5. Menurut saya, menggunakan mobile banking lebih efisien dalam hal akses dan waktu.

E6. Saya merasa puas dengan layanan mobile banking karena jelas dan mudah dipahami.
E7. Menurut saya, fungsi fitur yang ada di mobile banking mudah diingat
E8. Menurut saya pedoman atau petunjuk yang disediakan oleh aplikasi mobile banking mudah dipahami dan diterapkan.
E9. Menurut saya, cara mempelajari penggunaan mobile banking mudah dipahami.
U1. Saya merasa mobile banking berguna dan bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari saya.
U2. Menurut saya, menggunakan mobile banking untuk mengecek saldo rekening/pasar saham/tagihan kartu kredit dan membeli barang keuangan kapan saja dan dimana saja sangatlah nyaman.
U3. Saya merasa mobile banking memudahkan saya mendapatkan informasi yang saya perlukan (informasi saldo, mutasi rekening, hingga informasi produk dan layanan lainnya).
U4. Membayar tagihan mudah dilakukan menggunakan fitur dari mobile banking.
U5. Menurut saya, mobile banking bermanfaat dalam pekerjaan saya.
U6. Menurut saya, mobile banking memungkinkan saya meningkatkan kinerja dalam memanfaatkan layanan perbankan.
U7. Menurut saya, mobile banking menyediakan bantuan apapun yang dibutuhkan melalui fungsi bantuan.
U8. Menggunakan mobile banking meningkatkan produktivitas saya.
U9. Menurut saya, penggunaan layanan mobile banking akan meningkatkan efektivitas saya dalam menjalankan tugas perbankan.
U10. Menurut saya, layanan mobile banking fleksibel untuk digunakan karena dapat digunakan kapan saja dan dimana saja.
U11. Menurut saya kualitas sistem mobile banking sangat baik, dan perpindahan halaman tidak perlu menunggu terlalu lama.
R1. Menggunakan layanan mobile banking membuat rekening perbankan saya memiliki risiko pencurian data.
R2. Menggunakan layanan mobile banking membuat rekening perbankan saya berpotensi dilakukan penipuan.
R3. Menurut saya, apabila saya menggunakan mobile banking mungkin peretas dapat mengambil kendali rekening bank saya.
R4. Menurut saya, penyedia mobile banking dapat dipercaya.
R5. Menurut saya, mobile banking aman dalam melakukan transaksi perbankan.
R6. Menggunakan mobile banking tidak akan membocorkan informasi pribadi saya.
R7. Mobile banking dilengkapi sistem keamanan yang cukup baik untuk melindungi data pribadi.
R8. Saya pikir mobile banking membahayakan privasi saya dengan

menggunakan informasi pribadi saya tanpa izin.
R9. Saat menggunakan mobile banking, informasi pribadi mungkin dicuri oleh orang lain.
R10. Saat menggunakan mobile banking, saya mungkin kehilangan uang karena saya informasi akun diretas.
P1. Saya tidak menemukan kesulitan untuk menguasai penggunaan mobile banking.
P2. Saya akan selalu menggunakan mobile banking dalam kehidupan sehari-hari saya.
P3. Menggunakan mobile banking memakan biaya yang rendah.
P4. Layanan mobile banking tersedia selama 24 jam.
P5. Sistem perbankan dapat terdefinisi dengan baik dan jarang membuat kesalahan.
P6. Ketika saya memberikan pendapat saya, saya akan menerima umpan balik dari sistem mobile banking dengan sangat cepat.
P7. Saya akan menggunakan mobile banking untuk kebutuhan perbankan saya.
P8. Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan mobile banking.
P9. Saya mengakses layanan mobile banking hampir setiap hari.
P10. Mobile banking menyediakan menu transaksi yang saya perlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

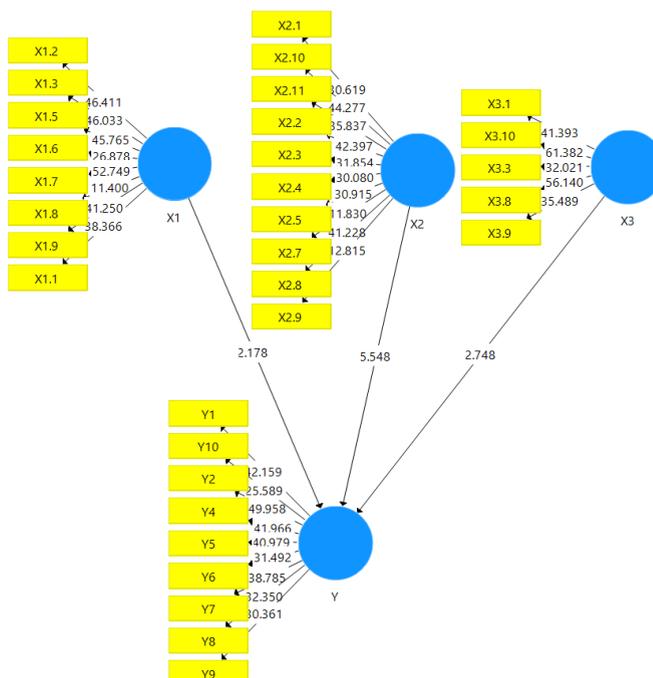
Penelitian ini menggunakan analisis data melalui pengujian inner model dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu uji koefisien determinasi (R^2) dan path coefficient serta dilakukan juga uji regresi dengan menganalisis nilai t-statistics dan p-values. Analisis t-statistics dilakukan untuk mengetahui seberapa signifikan hubungan antara variabel sedangkan p-values untuk menentukan apakah hubungan tersebut signifikan atau tidak.

Uji Validitas

Pada pengujian validitas menggunakan indikator dari Convergent Validity dan Discriminant Validity. Pada convergent validity terdapat outer loading dimana apabila setiap item pernyataan kuesioner memiliki nilai di atas 0.70 dan nilai AVE di atas 0.50, maka item yang diuji tersebut terbukti valid. Berikut framework outer loading yang dihasilkan dengan bantuan software SmartPLS 3.



Gambar 2. Framework Outer Loading



Setelah mengeliminasi atau menghapus indikator yang tidak valid dari data dan melakukan pengujian ulang, terlampir framework outer loading di atas untuk literasi kedua dari hasil uji validitas tersebut. Dan untuk pengujian AVE, semua variabel memiliki nilai AVE yang tinggi dan berada di atas 0.50 yang tentunya akan memperkuat validitas dan reabilitas dalam hasil penelitian.

Uji Realibilitas

Cronbach's Alpha adalah metode yang umum digunakan untuk mengukur reliabilitas, menunjukkan seberapa konsisten item-item dalam alat ukur. Nilai Cronbach's Alpha berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai mendekati 1 menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Uji reliabilitas ini penting untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran memberikan data yang konsisten dan dapat diandalkan dalam penelitian. Berikut nilai cronbach's alpha yang diolah dengan bantuan software SmartPLS 3.

Tabel 2. Analisis Cronbach's Alpha

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Perceived ease of use (X1)	0.952
Perceived usefulness (X2)	0.954
Perrceived risk (X3)	0.942
Penggunaan Mobile banking (Y)	0.963

Dapat dilihat bahwa hasil uji reabilitas pada variabel perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk of using Mobile Banking menunjukkan nilai Cronbach's Alpha (α) yang memiliki nilai di atas 0.60



sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang ada dalam instrumen penelitian ini dapat diandalkan atau reliabel.

Pengujian Hipotesis

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu uji koefisien determinasi (R²) dan path coefficient, dan dilakukan juga uji hipotesis dengan menggunakan analisis t-statistics dan p-values. Analisis t-statistics dilakukan untuk mengetahui seberapa signifikan hubungan antara variabel sedangkan p-values untuk menentukan apakah hubungan tersebut signifikan atau tidak.

Tabel 3. Hasil Analisis t-statistics dan p-value

Variabel	t-statistics	p-value
<i>Perceived ease of use</i> (X1) terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y)	2.059	0.040
<i>Perceived usefulness</i> (X2) terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y)	5.321	0.000
<i>Perceived Risk</i> (X3) terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y)	2.799	0.005

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi atau R² digunakan untuk menilai sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai R² berkisar antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai R², maka semakin baik model tersebut dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R²) untuk variabel penggunaan mobile banking (Y) adalah 0.922. Sehingga dari hasil tersebut menunjukkan bahwa 92.2% variabel penggunaan mobile banking dipengaruhi oleh variabel ease of use, benefit, dan risk. Sisa 7.8% variasi dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Path Coefficient

Path Coefficient berkisar antara -1 hingga +1, di mana nilai mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat, dan nilai mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat antara variabel independen dan dependen. Dalam penelitian ini, hubungan antara perceived ease of use dan penggunaan mobile banking memiliki path coefficient positif sebesar 0.258, menunjukkan bahwa semakin mudah pengguna merasa dalam menggunakan mobile banking, semakin besar kemungkinan mereka memanfaatkannya. Manfaat yang dirasakan juga berhubungan positif dengan penggunaan, dengan path coefficient 0.602, yang berarti semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin sering pengguna memanfaatkan mobile banking. Sebaliknya, perceived risk memiliki koefisien jalur negatif sebesar -0.135, menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin kecil kemungkinan pengguna menggunakan mobile banking.



Uji Regresi

Uji regresi dapat melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan salah satu atau lebih variabel independen. Dalam pengujian hipotesis untuk menentukan apakah hipotesis dapat diterima atau harus ditolak, maka dapat melihat t-statistics dan p-value. Dalam penelitian ini, tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% sehingga nilai t tabel adalah 1.96. Apabila nilai t-statistics lebih besar dari nilai t tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Atau sebaliknya apabila t-statistics lebih kecil dari t tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak.

Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Penggunaan Mobile Banking

Saat ini, masyarakat cenderung mencari teknologi yang mudah digunakan dan memenuhi kebutuhan mereka, termasuk mobile banking yang terintegrasi dengan portal belanja online. Hal ini memungkinkan transaksi yang lebih cepat dan efisien. Perceived ease of use memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking, sehingga bank perlu menyediakan sistem yang stabil. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Syed Ali Raza dkk. (2017) yang menunjukkan bahwa perceived ease of use mempengaruhi sikap pengguna terhadap mobile banking, namun bertentangan dengan penelitian Rubiah Abu Bakar dkk. (2017) yang menyatakan sebaliknya. Menurut Technology Acceptance Model (TAM), niat pengguna menjadi faktor utama yang mendorong untuk menggunakan suatu teknologi, di mana perceived ease of use memegang peranan penting.

Hipotesis pertama diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel perceived ease of use mobile banking karena nilai t-statistic perceived ease of use (2.059) lebih besar dari nilai t tabel (1.96). Apabila nilai t-statistics > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Untuk p-value lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0.040 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel perceived ease of use (X_1) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan mobile banking (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil olah data tersebut bahwa hipotesis pertama diterima. Semakin mudah aplikasi mobile banking digunakan, maka semakin besar pula kemungkinan pengguna untuk menggunakannya.

Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Penggunaan Mobile Banking

Di era modern, banyak orang mencari teknologi yang mudah digunakan dan bermanfaat, termasuk mobile banking. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Lin, C.H. dkk. (2020) yang menunjukkan bahwa perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking, tetapi berbeda dengan penelitian Euis Widanengsih (2021) yang menyatakan sebaliknya. Untuk meningkatkan daya tarik mobile banking,



bank perlu menawarkan fitur inovatif, seperti integrasi dengan platform belanja online, yang memudahkan pengguna melakukan transaksi tanpa berpindah aplikasi. Perceived usefulness mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan mobile banking, karena pengguna merasa teknologi ini dapat membantu mereka melakukan transaksi perbankan dengan lebih mudah dan efisien dibandingkan cara tradisional. Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM), semakin mudah pengguna mengakses layanan mobile banking, semakin besar kemungkinan mereka akan menganggapnya sebagai alat yang berguna dan terus menggunakannya.

Hipotesis kedua diterima karena nilai t-statistics sebesar 5.321 yang berada di atas nilai t tabel (1.96) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Perceived Usefulness memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Dari hasil olah data di atas, didapatkan p-value sebesar 0.000 dimana jauh lebih kecil dari angka 0.05 sehingga hal ini sebagai bukti kuat untuk menolak hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Perceived Usefulness (X_2) terhadap penggunaan mobile banking (Y). Semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin besar pula kemungkinan mereka akan menggunakan layanan mobile banking.

Pengaruh Perceived Risk terhadap Penggunaan Mobile Banking

Kepuasan pengguna mobile banking dapat meningkat jika bank mampu menangani transaksi yang tidak sah dan menerapkan sistem keamanan, seperti penggunaan PIN, sidik jari, atau pengenalan wajah. Pengguna juga perlu diberikan informasi untuk melindungi data pribadi mereka, serta notifikasi transaksi untuk memonitor aktivitas akun. Meskipun aplikasi seluler rentan terhadap peretasan, langkah-langkah keamanan ini dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Penelitian ini sejalan dengan temuan Cigdem Altin Gumussoy dkk. (2018) yang menyatakan bahwa perceived risk tidak berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking, namun berbeda dengan penelitian Avigayil Massie dkk. (2019) yang menemukan hubungan signifikan. Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM), semakin tinggi risiko yang dirasakan pengguna, semakin rendah persepsi mereka terhadap manfaat mobile banking. Kekhawatiran akan kerugian finansial dan keamanan dapat mengurangi minat pengguna, sehingga risiko yang tinggi cenderung menurunkan perceived usefulness dan perceived ease of use layanan ini.

Hipotesis ketiga diterima karena berdasarkan hasil olah data didapatkan nilai t-statistics sebesar 2.799, dimana nilai tersebut berada di atas angka 1.96 sehingga memberikan bukti yang cukup untuk menolak hipotesis nol (H_0). Dan untuk p-value sebesar 0.005 yang lebih kecil dari 0.05. Semakin tinggi risiko yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin kecil kemungkinan mereka untuk menggunakan layanan mobile banking.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived ease of use dan perceived usefulness secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan mobile banking. Semakin mudah dan bermanfaat layanan tersebut dirasakan, semakin tinggi minat untuk menggunakannya, sesuai dengan Technology Acceptance Model (TAM). Namun, perceived risk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking. Meskipun risiko keamanan dan privasi sering menjadi perhatian, pengguna tampaknya lebih terpengaruh oleh perceived usefulness dan perceived ease of use layanan dibandingkan kekhawatiran terhadap risiko. Kesimpulannya, perceived ease of use dan perceived usefulness merupakan faktor utama yang mendorong penggunaan mobile banking, sementara perceived risk tidak menjadi penghalang signifikan dalam menggunakan mobile banking di kalangan responden

REFERENSI

- Gumussoy, C. A., Kaya, A., & Ozlu, E. (2017b). Determinants of Mobile Banking Use: An Extended TAM with Perceived Risk, Mobility Access, Compatibility, Perceived Self-efficacy and Subjective Norms. In Lecture notes in management and industrial engineering (pp. 225–238). https://doi.org/10.1007/978-3-319-71225-3_20
- Fadare, O. A., Girne American University, Ibrahim, M. B., Zenith Bank PLC, Edogbanya, A., & School of Accountancy, University Utara Malaysia. (2016). A Survey on Perceived Risk and Intention of Adopting Internet Banking. In *The Journal of Internet Banking and Commerce*.
- Sinha, I., & Mukherjee, S. (2016). Acceptance of technology, related factors in use of off branch e-banking: an Indian case study. *The Journal of High Technology Management Research*, 27(1), 88–100. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2016.04.008>
- Chauhan, V., Yadav, R., & Choudhary, V. (2019b). Analyzing the impact of consumer innovativeness and perceived risk in internet banking adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 323–339. <https://doi.org/10.1108/ijbm-02-2018-0028>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P. P., & Williams, M. D. (2016b). Consumer adoption of mobile banking in Jordan. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 118–139. <https://doi.org/10.1108/jeim-04-2015-0035>
- Denaputri, A., & Usman, O. (n.d.). Effect of Perceived Trust, Perceived Security, Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Customers' Intention to Use Mobile Payment. ABSTRACT.
- Massie, A., Lapian, J., & Tielung, M. V. J. (2019). FACTORS INFLUENCING CONSUMER ACCEPTANCE OF MOBILE BANKING AT SAM RATULANGI UNIVERSITY STUDENTS. In *Jurnal EMBA, Jurnal EMBA: Vol. Vol.7 (Issue No.4, pp. 4959–4967) [Journal-article]*.



- Factors influencing the purchase of travel insurance over mobile banking. (2020). In *Int. J. Mobile Communications* (Vol. 18, Issue 2, pp. 158–174).
- New determinants of ease of use and perceived usefulness for mobile banking adoption. (2017). In *Int. J. Electronic Customer Relationship Management* (Vol. 11, Issue 1, pp. 44–65). Inderscience Enterprises Ltd.
- Bakar, A., Bakar, Aziz, A., Aziz, Muhammad, A., & Muda, M. (2017). PERCEIVED EASE OF USE, SECURITY AND PRIVACY OF MOBILE BANKING. *International Journal of Business, Economics and Law*, 13(2), 56.
- Hussein, A., & Saad, M. (2016). Perceived Risk and Behavioral Determinants of Using Internet Banking in Egypt. *Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport*, 4(3), 40–48. <https://doi.org/10.12691/jbe-4-3-1>
- Widanengsih, E. (2021). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL TO MEASURE CUSTOMER'S INTEREST TO USE MOBILE BANKING. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(1), 73–82. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i1.115>
- Mutahar, A. M., Daud, N. M., Ramayah, T., Isaac, O., & Aldholay, A. H. (2018). The effect of awareness and perceived risk on the technology acceptance model (TAM): mobile banking in Yemen. In *Int. J. Services And Standards* (Vols. 12–12, Issue 2, pp. 180–204).
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2020). Understanding the intention to use mobile banking by existing online banking customers: an empirical study. *Journal of Financial Services Marketing*, 25(3–4), 86–96. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00074-w>

