

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGUNAKAN APLIKASI BMT NU-QIMAH DENGAN MODEL TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Wakik Insani*

Ekonomi Syariah, Universitas Jember, Jember, Indonesia

Rochmatulloh Alaika

Ekonomi Syariah, Universitas Jember, Jember, Indonesia

*Corresponding author, email: isnaniwakik@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of finding out what factors can influence customer interest in using the BMT NU-Q application, so this research tries to identify using a technology acceptance model, namely the Technology Acceptance Model by selecting the variables ease of use, usefulness, security and promotion in influencing customer interest in using the BMT NU-Q application. This study uses a quantitative approach. The population in this research is the BMT NU Cermee Branch customers who use the BMT NU-Q application, namely 184 customers, while the sample was determined at 114 respondents. The data source in this research is primary data. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of this research indicate that partially ease of use does not have a significant effect on customer interest in using the BMT NU-Q application. Usefulness has a significant effect on customer interest in using the BMT NU-Q application. Security also has a significant effect on customer interest in using the BMT NU-Q application. And promotions also have a significant effect on customer interest in using the BMT NU-Q application. Meanwhile, simultaneously ease of use, usefulness, security and promotion have a significant effect on customer interest in using the BMT NU-Q application.

Keywords: *Ease of Use, Usefulness, Security, Promotion, Customer Interest.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q, maka penelitian ini mencoba mengidentifikasi dengan menggunakan model penerimaan teknologi yaitu Technology Acceptance Model dengan memilih variabel kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, keamanan dan promosi dalam mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah BMT NU Cabang Cermee yang menggunakan aplikasi BMT NU-Q yaitu sebanyak 184 nasabah, sedangkan sampel ditetapkan sebanyak 114 responden. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Keamanan juga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Serta promosi juga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. sedangkan secara simultan kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, keamanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Kata Kunci: *Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan, Keamanan, Promosi, Minat Nasabah.*

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan syariah melakukan strategi pengembangan yang mengarah kepada peningkatan persaingan usaha yang hampir setara dengan lembaga keuangan konvensional (Nurdin *et al.*, 2021). Pengembangan yang bisa dirasakan salah satunya adalah pemanfaatan teknologi yang dapat mendukung kegiatan transaksi berupa layanan aplikasi *mobile* atau secara sederhana diartikan sebagai aktivitas keuangan melalui jaringan internet. Jika teknologi tersebut dikembangkan dan

diterapkan dengan benar maka akan memberikan pelayanan yang lebih efisien, fleksibel, lebih mudah dan sederhana. Oleh karena itu, tentunya lembaga keuangan baik yang syariah maupun konvensional saling berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabahnya (Kurniawati *et al.*, 2017).

Lembaga keuangan syariah umumnya memberikan pelayanan jasa yang berbeda dengan lembaga keuangan konvensional yaitu menggunakan karakteristik syariah yakni akad yang digunakan sesuai dengan aturan Islam (Anam *et al.*, 2023). Pelayanan yang diberikan lembaga keuangan syariah salah satunya berupa layanan *Mobile Banking (M-Banking)*, dimana penggunaanya dapat melakukan transaksi setiap saat tanpa harus datang langsung ke lembaga yang bersangkutan. Selain itu terdapat juga layanan aplikasi *mobile* berupa *Electronic Money (E-Money)* yang menawarkan layanan untuk melakukan transaksi seperti mengirim sejumlah uang (transfer) ataupun membayar berbagai tagihan dengan mudah menggunakan teknologi seluler berbasis teknologi internet (Rahayu, 2015).

Penggunaan *E-Money* menyebabkan tidak adanya kontak secara fisik antara karyawan lembaga keuangan dengan nasabah, sehingga lembaga keuangan dapat meningkatkan pelayanan terhadap nasabahnya dengan memberikan kemudahan dan informasi dengan cepat, efektif dan efisien dalam bertransaksi. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, transaksi melalui *E-Money* yang dimaksud adalah transaksi yang tidak mengandung unsur riba. Umumnya setiap aplikasi *mobile* mengharuskan penggunaanya membayar biaya administrasi atas kegiatan transaksi yang akan dilakukan. Biaya administrasi tidak dikategorikan riba apabila perhitungannya didasarkan pada jumlah biaya yang dikeluarkan pada saat melakukan suatu transaksi. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT yang telah melarang perbuatan riba dalam QS. Ali-‘Imran ayat 130 sebagai berikut:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung” (QS. Ali-‘Imran:130).

Penggunaan *E-Money* di Indonesia secara hukum telah disahkan dalam Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik serta dalam Surat Edaran Bank Indonesia No.11/11/DASP perihal uang elektronik. Inovasi lembaga keuangan melalui teknologi internet seperti *E-Money* diharapkan dapat mengurangi biaya transaksi serta antri di tempat. Manfaat alat pembayaran tanpa uang tunai terhadap perekonomian, yaitu semakin bertambahnya tingkat kepuasan konsumen dikarenakan berkurangnya biaya transaksi, penyedia jasa pembayaran tanpa uang tunai memperoleh sumber pendapatan, kecepatan proses transaksi, kesejahteraan dan perekonomian yang meningkat (Yazid & Suryanto, 2016).

Terdapat banyak lembaga keuangan di Indonesia yang menawarkan layanan kepada nasabahnya untuk memudahkan dalam melakukan transaksi. Salah satunya yaitu lembaga koperasi syariah BMT NU Jawa Timur dengan produk uang elektronik (*E-Money*) berupa aplikasi *mobile* BMT NU-Qimah (BMT NU-Q) yang memberikan fitur-fitur berupa transfer, pembayaran tagihan, angsuran dan lain sebagainya. BMT NU Cabang Cermee merupakan salah satu kantor cabang BMT NU yang berada di kecamatan Cermee kabupaten Bondowoso. Sejak awal berdirinya, BMT NU Cabang Cermee menunjukkan performa yang baik sehingga berhasil meraih beberapa penghargaan. Diantaranya yaitu meraih penghargaan sebagai cabang terbaik se Area Kabupaten Bondowoso pada RAT tahun 2019 dan 2020 serta meraih penghargaan sebagai cabang berprestasi di ajang BMT NU Award 2019-2020. BMT NU Cabang Cermee memiliki total 4240 penabung sejak 2018 sampai 2022. Namun dari jumlah tersebut, penabung yang menggunakan aplikasi BMT NU-Q hanya berjumlah 184 orang atau sebesar 3,5%. Dengan performa yang baik, seharusnya BMT NU Cabang Cermee dapat meningkatkan jumlah pengguna aplikasi BMT NU-Q baik untuk melakukan transaksi sehari-hari maupun untuk mendukung keperluan bisnis dan lain sebagainya.

Penelitian yang dilakukan Kholid dan Soemarso (2019) menyimpulkan bahwa minat nasabah menggunakan E-banking pada Bank BNI Syariah KCP Magelang dipengaruhi oleh keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan dan kebermanfaatan. Sedangkan penelitian lain oleh Latief dan Dirwan (2020) menyatakan bahwa keputusan menggunakan uang digital dipengaruhi oleh faktor kemudahan, promosi, dan kemanfaatan. Kemudian penelitian lain oleh Asmy *et al* (2019) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan risiko mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* syariah.

Variabel yang akan digunakan sesuai dengan model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan. Berdasarkan penelitian

terdahulu yang berkaitan dengan penerimaan sistem teknologi maka peneliti juga menambahkan variabel eksternal yaitu keamanan dan promosi yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q pada BMT NU Cabang Cermee.

TINJAUAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) diadopsi dan dikembangkan dari model *Theory of Reasoned Action* (TRA). *Technology Acceptance Model* (TAM) sendiri dikembangkan untuk menjelaskan perilaku seseorang terhadap penggunaan teknologi. Model TAM bertujuan untuk memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat menjadi pendorong sekaligus prediksi atas penerimaan perilaku seseorang terhadap adanya suatu sistem teknologi (Sayekti & Putarta, 2016).

Model TAM menggambarkan bagaimana tanggapan atau respon dari pengguna apabila terdapat suatu sistem teknologi baru. Pengambilan keputusan dalam penggunaan teknologi tersebut tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam model TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) terdapat beberapa faktor yang menjadi penilaian yaitu variabel eksternal (*Eksternal Variables*), persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*), dan niat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*). Sehingga dalam penelitian ini variabel eksternal yang ditambahkan yaitu variabel keamanan dan Promosi.

Kemudahan Penggunaan

Davis (1989) mendefinisikan kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*) sebagai tingkat keyakinan bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya. Penggunaan yang mudah adalah kondisi ketika seseorang memberikan penilaian mengenai teknologi bahwa tidak membutuhkan kemampuan yang lebih saat menggunakannya. Apabila mudah menggunakan suatu teknologi, maka masyarakat cenderung tertarik untuk menggunakan sistem teknologi tersebut.

Kebermanfaatan

Kebermanfaatan (*Perceived usefulness*) menurut Davis (1989) merupakan keyakinan seseorang bahwa ketika menggunakan suatu sistem teknologi akan mendukung kinerja dan mempersingkat waktu yang dibutuhkan untuk suatu pekerjaan. Manfaat yang di dapat dari penggunaan suatu teknologi sesuai dengan tingkat kemampuan dalam mengoperasikan teknologi tersebut. Sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh tiap individu akan berbeda-beda tergantung dengan tujuan penggunaannya. Kebermanfaatan yang diperoleh seseorang dapat mempengaruhi sikap dan penilaian orang tersebut terhadap produk yang digunakan.

Keamanan

Menurut Tahar (2020) mengatakan bahwa teknologi dapat dikatakan baik untuk digunakan apabila sistemnya aman. Keamanan sistem teknologi adalah kemampuan yang dapat mencegah, mengatasi dan melindungi sistem informasi dari segala tindakan yang dapat merugikan. Rahardjo dalam Bakhtiar (2020) mengungkapkan bahwa keamanan adalah upaya yang dapat menghalangi penipuan (*cheating*) atau paling tidak dapat memeriksa adanya risiko penipuan. Sehingga keamanan dalam penggunaan teknologi berarti bahwa penggunaannya aman dan risiko pencurian (*hacking*) data atau informasi pribadi sangat kecil.

Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2009) promosi merupakan semua jenis kegiatan yang melibatkan komunikasi untuk memberitahukan (*to inform*), mengajak (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) tentang *Output* berupa barang atau jasa individu, kelompok maupun keluarga kepada target sasaran.

Minat Nasabah

Menurut Komarudin minat merupakan suatu rasa ketertarikan atau rasa lebih suka pada saat memutuskan apa yang akan dilakukannya (Sapriyiyah & Suselo, 2022). Minat dikaitkan dengan

perasaan tertarik atau suka terhadap sesuatu objek. Minat pada dasarnya adalah rasa terima atau setuju akan suatu jalinan antara diri sendiri terhadap sesuatu dari eksternal. Sedangkan nasabah adalah konsumen yang menjadi objek penyedia dan sasaran dana berupa tabungan dan pinjaman dalam proses transaksi barang dan jasa (Kusuma et al., 2023).

METODE

Rancangan atau Desain Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang sudah ada maka penelitian ini termasuk dalam *Explanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan mengenai hubungan sebab akibat antara masing-masing variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini ditujukan untuk menemukan hubungan antara variabel kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, keamanan dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah bagian general berupa objek atau subjek berkarakteristik tertentu yang ditetapkan untuk diamati dan disimpulkan. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh nasabah BMT NU Cabang Cermee yang menggunakan aplikasi BMT NU-Q yaitu sebanyak 184 orang nasabah.

Sampel

Sampel menurut Malhotra (2020) menyatakan bahwa sampel merupakan turunan dari bagian populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam suatu penelitian. Ferdinand (2014) menyatakan bahwa estimasi parameter untuk ukuran sampel minimum adalah 5 dan maksimum 10. Indikator yang digunakan dikali 5-10 untuk mendapatkan jumlah sampel yang ideal dan representatif. Dalam penelitian ini, indikator variabel yaitu sebanyak 19 indikator. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan rumus:

Jumlah indikator $\times 6 = 19 \times 6 = 114$ orang.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan cara *Simple Random Sampling* yaitu diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dikarenakan sifatnya yang representatif atau dapat mewakili populasi dan dapat digeneralisasi terhadap seluruh populasi.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang pengumpulan datanya berupa angka-angka ukuran dan dihitung menggunakan analisis statistik (Mukhid, 2021). Sedangkan sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer dikumpulkan dari hasil jawaban pada kuesioner yang dibagikan kepada nasabah BMT NU Cabang Cermee pengguna aplikasi BMT NU-Q.

Identifikasi Variabel

Dalam model TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) terdapat beberapa faktor yang menjadi penilaian yaitu variabel eksternal (*Eksternal Variables*), persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*), dan niat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*). Davis (1989) mendefinisikan kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*) sebagai tingkat keyakinan bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya. Sedangkan kebermanfaatan (*Perceived usefulness*) menurut Davis (1989) merupakan keyakinan seseorang bahwa ketika menggunakan suatu sistem teknologi akan mendukung kinerja dan mempersingkat waktu yang dibutuhkan untuk suatu pekerjaan.

Selain itu terdapat variabel eksternal yang digunakan yaitu kemandirian dan promosi. Rahardjo dalam Bakhtiar (2020) mengungkapkan bahwa keamanan adalah upaya yang dapat menghalangi penipuan (*cheating*) atau paling tidak dapat memeriksa adanya risiko penipuan. Sehingga keamanan dalam penggunaan teknologi berarti bahwa penggunaannya aman dan risiko pencurian (*hacking*) data

atau informasi pribadi sangat kecil. Sedangkan promosi menurut Kotler dan Keller (2009) merupakan semua jenis kegiatan yang melibatkan komunikasi untuk memberitahukan (*to inform*), mengajak (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) tentang *Output* berupa barang atau jasa individu, kelompok maupun keluarga kepada target sasaran.

Model TAM menggambarkan bagaimana tanggapan atau respon dari pengguna apabila terdapat suatu sistem teknologi baru. Niat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) dikaitkan dengan minat nasabah. Minat merupakan suatu rasa ketertarikan atau rasa lebih suka pada saat memutuskan apa yang akan dilakukannya (Sapriyiah & Suselo, 2022). Minat dikaitkan dengan perasaan tertarik atau suka terhadap sesuatu objek. Minat pada dasarnya adalah rasa terima atau setuju akan suatu jalinan antara diri sendiri terhadap sesuatu dari eksternal. Sedangkan nasabah adalah konsumen yang menjadi objek penyedia dan sasaran dana berupa tabungan dan pinjaman dalam proses transaksi barang dan jasa.

Oleh karena itu, maka variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat, yaitu:

a. Variabel Bebas

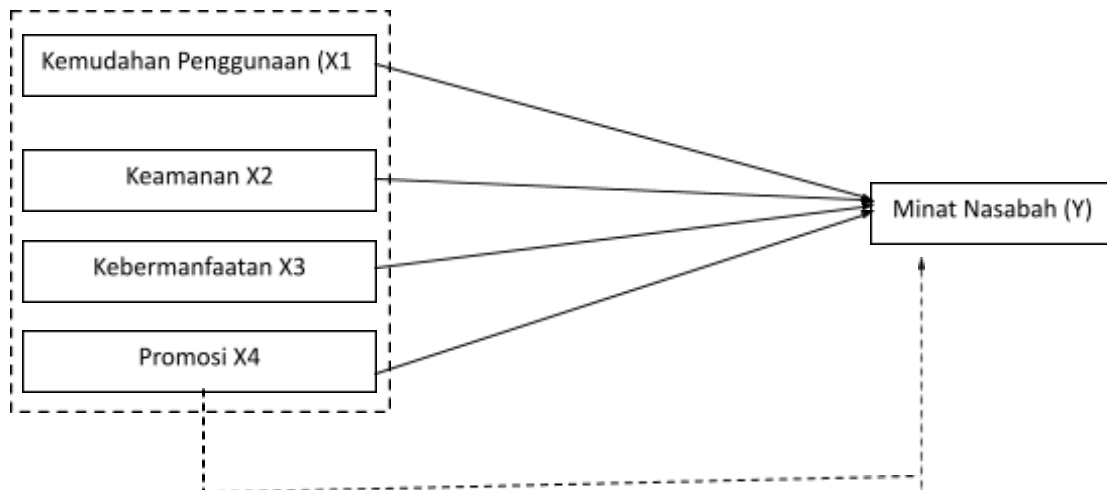
1. Kemudahan penggunaan (X1)
2. Kebermanfaatan (X2)
3. Keamanan (X3)
4. Promosi (X4)

b. Variabel terikat

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q (Y).

Hubungan Antar Variabel

Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, keamanan dan promosi terhadap minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q pada nasabah BMT NU Cabang Cermee. Sehingga kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Sugiyono (2017) adalah jawaban sementara yang diajukan berdasarkan rumusan masalah penelitian yang didasarkan pada teori relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh pada saat pengumpulan data. Hipotesis dalam penelitian ini yakni sebagai berikut.

1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Menurut penelitian dengan judul “Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Layanan *M-Banking*” yang dilakukan oleh Tobuhu et al (2022) mengungkapkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan mobile banking. Dijelaskan bahwa kemudahan dapat menstimulus individu untuk menerima dan tertarik menggunakan sistem tersebut.

Oleh karena itu, maka hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut :

H1: Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

2. Pengaruh Kebermanfaatan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Penelitian berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*” yang dilakukan oleh Yudin (2021) memperoleh hasil bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Dijelaskan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi menyebabkan seseorang berminat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Oleh karena itu, maka hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut:

H2: Kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

3. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Bakhtiar et al (2020) melakukan penelitian berjudul “Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna *Internet Banking* Bank Syariah Mandiri” yang menyatakan bahwa keamanan adalah perlindungan data diri konsumen dari pencurian dan tindak penipuan. Sehingga diperoleh hasil bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Internet Banking*.

Oleh karena itu, maka hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut:

H3: Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

4. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Penelitian Prasanti (2021) dengan judul “Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Money*” menyatakan hasil bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat memakai layanan *E-Money*. Dijelaskan bahwa kegiatan promosi dapat menarik konsumen agar berminat memakai suatu produk.

Oleh karena itu, maka hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut:

H4 : Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Aplikasi mobile BMT NU-Q merupakan produk uang elektronik (*E-Money*) BMT NU yang resmi digunakan pada tahun 2019. Awalnya aplikasi BMT NU-Q hanya digunakan oleh pengelola BMT NU sendiri, hingga kemudian mulai dikenalkan kepada nasabah BMT NU agar dapat mempermudah dalam mengakses tabungan dan melakukan transaksi. Adanya aplikasi BMT NU-Q diharapkan secara khusus dapat melayani nasabah dan masyarakat pada umumnya yang berkepentingan untuk melakukan pembayaran tagihan listrik, telepon, internet, pembelian pulsa, BPJS, dan PDAM melalui KSPPS BMT NU Jawa Timur dengan pola pembayaran non tunai.

Penelitian ini dilakukan pada 114 nasabah yang menggunakan aplikasi BMT NU-Q yang dikelompokkan berdasarkan karakteristik jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan dan lama penggunaan aplikasi BMT NU-Q. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, nasabah yang menjadi responden mayoritas adalah perempuan. Berdasarkan karakteristik usia, nasabah yang menjadi responden mayoritas berusia 18-25 tahun. Berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan, nasabah yang menjadi responden mayoritas berlatar pendidikan SMA/Sederajat. Berdasarkan karakteristik pekerjaan, nasabah yang menjadi responden mayoritas bekerja sebagai wirausaha. Berdasarkan karakteristik penghasilan, nasabah yang menjadi responden mayoritas memperoleh penghasilan Rp.500.000-Rp.1.500.000 per bulan. Terakhir yaitu berdasarkan karakteristik lama penggunaan, nasabah yang menjadi responden mayoritas telah menggunakan aplikasi BMT NU-Q selama 2 tahun.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan alat guna mencari tahu besaran nilai antara beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2018). Hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	3,279	1,583
Kemudahan Penggunaan (X1)	0,161	0,131
Kebermanfaatan (X2)	0,283	0,119
Keamanan (X3)	0,461	0,112
Promosi (X4)	0,375	0,089

Sumber: Data diolah, 2023.

Hasil analisis regresi linier berganda yaitu diperoleh hasil koefisien regresi untuk variabel kemudahan penggunaan (X1) sebesar 0,161, variabel kebermanfaatan (X2) sebesar 0,283, variabel keamanan (X3) sebesar 0,461, dan variabel promosi (X4) sebesar 0,375. Adapun persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

$$Y = 3,279 + 0,161 + 0,283 + 0,461 + 0,375 + e$$

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar satu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat (Ghozali, 2016). Hasil uji t pada masing-masing variabel dengan pengambilan keputusan yang mengacu pada ketentuan diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji t

Model		
	t	Sig.
(Constant)	2,071	0,041
Kemudahan Penggunaan (X1)	1,234	0,220
Kebermanfaatan (X2)	2,376	0,019
Keamanan (X3)	4,134	0,000
Promosi (X4)	4,231	0,000

Sumber: Data diolah, 2023.

Tabel 2 menunjukkan bahwa besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Hasil uji t pada variabel kemudahan penggunaan (X1) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,220 atau $>0,05$ yang menunjukkan bahwa H1 ditolak. Artinya variabel kemudahan penggunaan (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat (Y).

2. Hasil uji t pada variabel kebermanfaatan (X2) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,019 atau $<0,05$ yang menunjukkan bahwa H2 diterima. Artinya variabel kebermanfaatan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat (Y).
3. Hasil uji t pada variabel keamanan (X3) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau $<0,05$ yang menunjukkan bahwa H3 diterima. Artinya variabel keamanan (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat (Y).
4. Hasil uji t pada variabel promosi (X4) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau $<0,05$ yang menunjukkan bahwa H4 diterima. Artinya variabel promosi (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Hasil penelitian menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel minat. Hal tersebut dikarenakan pada hasil pengujian hipotesis yakni pada uji t, variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi $>0,05$ yakni sebesar 0,220. Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BMT NU Cabang Cermee dalam menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Indikator pertama dari variabel kemudahan penggunaan yaitu sangat mudah dipelajari, dengan pernyataan X1.1 yang menyatakan bahwa saya dapat mempelajari penggunaan aplikasi BMT NU-Q dengan mudah menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa penggunaan aplikasi BMT NU-Q dapat dipelajari dengan mudah. Aplikasi BMT NU-Q tidak memerlukan usaha yang keras dari penggunanya untuk dapat memahami bagaimana cara mengoperasikan aplikasi BMT NU-Q tersebut.

Indikator kedua yaitu mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan penggunanya, dengan pernyataan X1.2 yang menyatakan bahwa saya merasa BMT NU-Q dapat menyelesaikan transaksi yang diinginkan dengan mudah menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q dapat menyelesaikan transaksi yang diinginkan dengan mudah. Aplikasi BMT NU-Q dapat dengan mudah menyelesaikan sesuatu sesuai yang diinginkan penggunanya termasuk pada saat ingin melakukan transaksi.

Indikator ketiga yaitu meningkatkan kemampuan penggunanya, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa keterampilan saya bertambah saat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa keterampilannya bertambah saat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Apabila pengguna sering menggunakan aplikasi BMT NU-Q, maka keterampilannya akan semakin meningkat dalam mengoperasikan aplikasi tersebut terutama dalam menjalankan berbagai fitur yang ada di dalam aplikasi BMT NU-Q.

Indikator keempat yaitu mudah dioperasikan, dengan pernyataan X1.3 yang menyatakan bahwa saya merasa aplikasi BMT NU-Q mudah dioperasikan. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q mudah dioperasikan. Aplikasi BMT NU-Q dapat dikatakan mudah dioperasikan apabila penggunanya hampir tidak pernah mengalami kesulitan pada saat menggunakan fitur-fitur yang ada dalam aplikasi tersebut.

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian di atas, hal tersebut sesuai dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan terkait pengambilan keputusan dalam penggunaan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yakni faktor kemudahan penggunaan. Menurut Davis (1989) kemudahan penggunaan merupakan kondisi pada saat menggunakan suatu teknologi adalah hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya. Penelitian yang dilakukan oleh Atieq dan Nurpiani (2022) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat. Oleh karena itu, penelitian ini tetap relevan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.

Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel kebermanfaatan terhadap variabel minat. Hal tersebut dikarenakan pada hasil pengujian hipotesis yakni pada uji t, variabel kebermanfaatan memiliki nilai signifikansi $<0,05$ yakni sebesar 0,019. Oleh karena itu, maka H2 pada penelitian ini yaitu kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BMT NU Cabang Cermee dalam menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Indikator pertama dari variabel kebermanfaatan yaitu lebih mudah digunakan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya dapat melakukan transaksi dengan lebih mudah menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q memberikan kemudahan dalam menyelesaikan transaksi yang diinginkan. Dengan menggunakan aplikasi BMT NU-Q, penggunaanya dapat dengan mudah melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor cabang BMT NU.

Indikator kedua yaitu menambah wawasan dan pengetahuan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa menggunakan aplikasi BMT NU-Q dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam melakukan transaksi. Hasil penelitian pada indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa penggunaan aplikasi BMT NU-Q berdampak pada peningkatan pengetahuan dan wawasannya terutama dalam hal penggunaan aplikasi mobile dalam bentuk *Electronic Money* (E-Money) seperti BMT NU-Q untuk melakukan transaksi yang bersifat non tunai.

Indikator ketiga yaitu mempercepat waktu pengguna, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa saat melakukan transaksi menggunakan aplikasi BMT NU-Q tidak membutuhkan waktu yang lama. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa pada saat menggunakan aplikasi BMT NU-Q untuk melakukan transaksi dapat diproses dengan cepat. Penggunaan aplikasi BMT NU-Q dapat membantu penggunaanya untuk melakukan transaksi yang diinginkan dengan lebih efektif dan efisien.

Indikator keempat yaitu mendorong kinerja pengguna, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa layanan aplikasi BMT NU-Q bermanfaat dalam pekerjaan saya. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q bermanfaat dalam pekerjaannya. Aplikasi BMT NU-Q dapat dikatakan bermanfaat apabila dapat meningkatkan kinerja penggunaanya dan membantu dalam pekerjaannya.

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian di atas, hal tersebut sesuai dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan terkait pengambilan keputusan dalam penggunaan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Selain faktor kemudahan penggunaan, terdapat juga faktor kebermanfaatan yang dapat menentukan minat penggunaan suatu sistem teknologi. Menurut Davis (1989) kebermanfaatan merupakan kondisi ketika menggunakan aplikasi BMT NU-Q dapat mendorong kinerja dan mempersingkat waktu yang dibutuhkan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Penelitian yang dilakukan oleh Latief dan Dirwan (2020) serta Marisa (2020) menunjukkan hasil bahwa kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat. Sehingga penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu, yakni kebermanfaatan menjadi faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Pengaruh Keamanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel keamanan terhadap variabel minat. Hal tersebut dikarenakan pada hasil pengujian hipotesis yakni pada uji t, variabel keamanan memiliki nilai signifikansi $<0,05$ yakni sebesar 0,000. Oleh karena itu, maka H3 pada penelitian ini yaitu variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BMT NU Cabang Cermee dalam menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Indikator pertama dari variabel keamanan yaitu keamanan sistem yang digunakan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya aplikasi BMT NU-Q aman untuk digunakan. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan

pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q secara keseluruhan aman untuk digunakan dan tidak berdampak negatif atau membahayakan perangkat maupun penggunaannya.

Indikator kedua yaitu keamanan layanan yang digunakan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa menggunakan aplikasi BMT NU-Q dijamin aman karena transaksi dilakukan sendiri. Hasil penelitian pada indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa penggunaan aplikasi BMT NU-Q dijamin aman untuk melakukan transaksi karena layanan atau fitur yang ada di dalam aplikasi dapat digunakan dengan aman.

Indikator ketiga yaitu informasi pengguna dijamin dan dilindungi, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa informasi saya dalam aplikasi BMT NU-Q terjaga kerahasiaannya. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa informasi pribadinya dalam aplikasi BMT NU-Q terjaga kerahasiaannya seperti nominal saldo tabungan dan angsuran yang tidak dapat diketahui oleh orang lain.

Indikator keempat yaitu informasi pengguna tidak disalahgunakan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya merasa informasi pribadi saya dalam aplikasi BMT NU-Q tidak akan disalahgunakan. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa bahwa informasi pribadinya dalam aplikasi BMT NU-Q tidak akan disalahgunakan sehingga risiko terjadinya pencurian data dan modus penipuan rendah.

Berdasarkan uraian diatas, hal tersebut sesuai dengan pendapat Desmayanti dalam Tahar (2020) yang menyatakan bahwa teknologi baik untuk digunakan apabila sistem keamanannya kuat. Keamanan dalam penggunaan teknologi berarti bahwa penggunaannya aman dari segala tindakan yang dapat merugikan serta risiko pencurian data atau informasi pribadi. Penelitian yang dilakukan oleh Kholid dan Soemarso (2019) serta Tobuhu et al (2022) menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat. Sehingga penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu, yakni variabel keamanan menjadi faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Pengaruh Promosi terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BMT NU-Q

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel promosi terhadap variabel minat. Hal tersebut dikarenakan pada hasil pengujian hipotesis yakni pada uji t, variabel promosi memiliki nilai signifikansi $<0,05$ yakni sebesar 0,000. Oleh karena itu, maka H4 pada penelitian ini yaitu variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BMT NU Cabang Cermee dalam menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Indikator pertama dari variabel promosi yaitu pemasangan iklan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena melihat sponsor atau iklan berbayar (Iklan yang ditayangkan di TV/Youtube/Instagram/dll). Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena melihat sponsor atau iklan berbayar. Iklan tersebut dibuat khusus untuk menyampaikan informasi terkait aplikasi BMT NU-Q dan ditayangkan pada media yang ditayangkan oleh sponsor.

Indikator kedua yaitu penjualan perorangan, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena dikenalkan atau dipromosikan langsung oleh petugas BMT NU. Hasil penelitian pada indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena informasi yang disampaikan oleh pihak BMT NU terkait aplikasi tersebut.

Indikator ketiga yaitu publikasi, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena melihat sponsor atau iklan tidak berbayar (Iklan melalui media sosial seperti Whatsapp/Tiktok/Facebook/dll). Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q melihat informasi terkait aplikasi BMT NU-Q yang diunggah melalui media sosial.

Indikator keempat yaitu pemasaran langsung, dengan pernyataan yang menyatakan bahwa saya tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena dikenalkan atau dipromosikan pada suatu acara seperti pertunjukan atau peragaan. Hasil penelitian dari indikator ini menunjukkan mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, mereka merasa tertarik menggunakan aplikasi BMT NU-Q karena mengetahui informasi terkait aplikasi tersebut yang disampaikan secara langsung pada sebuah acara.

Berdasarkan uraian hasil penelitian di atas, hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2009) bahwa promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberitahukan, mengajak dan mengingatkan tentang suatu produk atau jasa. Dalam hal ini promosi dilakukan oleh pihak BMT NU agar lebih banyak nasabah yang tertarik untuk menggunakan aplikasi BMT U-Q. Penelitian yang dilakukan oleh Latief dan Dirwan (2020) serta Prasanti (2021) yang menunjukkan hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat. Sehingga penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu, yakni variabel promosi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hal ini disebabkan oleh nasabah tidak memperlumahkan kemudahan penggunaan aplikasi BMT NU-Q karena telah terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hal ini disebabkan oleh nasabah merasa bahwa aplikasi BMT NU-Q bermanfaat dalam mendorong kinerja dan membantu pekerjaannya. Penggunaan aplikasi BMT NU-Q memberikan manfaat bagi penggunanya dalam melakukan transaksi keuangan dengan lebih efektif dan efisien. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hal ini disebabkan oleh aplikasi *E-Money* seperti BMT NU-Q yang mampu menjamin keamanan informasi dan data pribadi penggunanya. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi BMT NU-Q. Hal ini disebabkan oleh karena promosi yang dilakukan oleh pihak BMT NU. Apabila kegiatan promosi yang dilakukan terus ditingkatkan maka akan mempengaruhi minat nasabah dan dapat meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan aplikasi BMT NU-Q.

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka lembaga BMT NU diharapkan untuk dapat memperbaharui dan mengembangkan sistem aplikasi BMT NU-Q sehingga nantinya dapat semakin mudah digunakan, memberikan manfaat, dan aman digunakan. Selain itu, petugas BMT NU Cabang Cermee diharapkan dapat semakin gencar mempromosikan atau mengenalkan aplikasi BMT NU-Q agar semakin dikenal oleh nasabah dan berminat untuk menggunakannya. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel lain dalam model *Technology Acceptance Model* yang tidak diteliti pada penelitian ini dengan tujuan agar dapat mengetahui lebih luas faktor-faktor lain seperti kepercayaan, risiko, fitur layanan dan sebagainya yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan suatu sistem teknologi khususnya teknologi berbasis internet.

REFERENSI

- Asmy, M., Anwar, Hasanudin, & Fouad, M. (2019). Factors Influencing Consumers Adoption of Islamic in Malaysia and Approach of Partial Least Squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037-1-56.
- Anam, K., Sulistiyo, A. B., & Subagio, N. A. (2023). Strategi Promosi Produk Pembiayaan UGT Modal Pertanian Barokah pada BMT UGT Sidogiri Dadapan Bondowoso. *Indonesian Journal of Sharia Economics, Business, and Halal Studies*, 1(2).
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Survey Pada

Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1).

- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listiyawati, I. (2020). Faktor-Faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156-167.
- Davis, F. D. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2019). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Journal Science of Economic and Shariah Banking*, 8(2), 49-57.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1-13*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, IV(1), 24-29.
- Kusuma, E. A., Zainuri, Sari, F. P., Alaika, R., Budhi, A. P. M. E., & Aisyah. (2023). The Influence of the Nu Summersari Jember BMT Financial Inclusion Program on Moneylender Transactions (Case Study of Wirolegi Market Traders, Summersari District Jember). *Tamansiswa Accounting Journal International*, 8(1), 9–22. <https://doi.org/10.54204/TAJI/Vol812023002>
- Latief, F., & Dirwan. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16-30.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research: an Applied Orientation Seventh Edition*. United Kingdom: Pearson Education.
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektifitas, dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139-152.
- Mukhid, A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Nuridin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3(1).
- Prasanti, E. (2021). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. *Skripsi*.
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, V(2).
- Sapriyiah, R., & Suselo, D. (2022). Analisis Minat Nasabah Menggunakan Produk Deposito Mudharabah Di BMT NU Jombang KC Jombang Kota. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 8(2), 160-167.

- Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 9(3).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security to Use E-Filing: The Role of Technology Readiness. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 537-547.
- Tobuhu, M. A., Machmud, R., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Layanan M-Banking (Studi Pada Bank BNI Cabang Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 686-693.
- Yazid, H., & Suryanto, T. (2016). An Investigation of Factors Influencing Audit Quality According to Islamic Audit: A Study for the Jakarta Islamic Index. *International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA)*, 4(1), 20-38.
- Yudin, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangkaraya. Skripsi.

