

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BRI**

MOBILE (BRImo)

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh gelar sajana manajemen**

Oleh:

Adam

NPM. 22001081126



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MALANG

2024

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi berjalan cepat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat, Penggunaan *smartphone* telah menjadi hal umum bagi setiap individu dalam aktivitas harian mereka. Dengan tingginya tingkat adopsi *smartphone* oleh masyarakat, sektor perbankan memanfaatkan tren ini dengan meluncurkan layanan *mobile banking*. Bank Rakyat Indonesia (BRI) menjadi salah satu bank yang menyediakan layanan berbasis *mobile banking*. Pada tahun 2019, BRI meluncurkan aplikasi BRImo yang merupakan pengembangan dari platform *mobile banking* sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko memengaruhi keputusan penggunaan BRImo. Jenis penelitian adalah *Explanatory Research* dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini ialah mahasiswa aktif Universitas Islam Malang. Jumlah sampel yang digunakan 96 responden yang ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin. Dalam menguji hipotesis penelitian ini menggunakan uji F dan uji t dengan alat analisis SPSS 22. Hasil pengujian menunjukkan secara simultan dan parsial bahwa persepsi kegunaan (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan persepsi risiko (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y).

Kata Kunci : Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Keputusan Penggunaan

ABSTRACT

The development of information technology is running fast along with the increasing needs of society. The use of smartphones has become commonplace for every individual in their daily activities. With the high level of smartphone adoption by the public, the banking sector is taking advantage of this trend by launching mobile banking services. Bank Rakyat Indonesia (BRI) is one of the banks that provides mobile banking-based services. In 2019, BRI launched the BRI_{mo} application which is a development of the previous mobile banking platform. The aim of this research is to find out whether perceived usefulness, perceived convenience, and perceived risk influence the decision to use BRI_{mo}. The type of research is Explanatory Research using quantitative methods. The population in this research are active The population in this research were active students at the Islamic University of Malang. The number of samples used was 96 respondents which was determined using the Slovin formula. In testing the research hypothesis, the F test and t test were used with the SPSS 22 analysis tool. The test results showed simultaneously and partially that perceived usefulness (X_1), perceived convenience (X_2), and perceived risk (X_3) had a positive and significant effect on usage decisions (Y).

Keywords : Perception of Usefulness, Perception of Convenience, Perception of Risk, Decision to Use

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, perkembangan teknologi informasi berjalan cepat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat. Perusahaan-perusahaan pun terus meningkatkan kinerjanya untuk memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Contoh nyata dari evolusi ini terlihat pada perusahaan-perusahaan *smartphone* yang secara konsisten menghadirkan inovasi terbaru setiap tahunnya, memajukan teknologi guna memudahkan pengguna dalam berbagai aspek kehidupan mereka. Penggunaan *smartphone* telah menjadi hal umum bagi setiap individu dalam aktivitas harian mereka. Tak hanya perusahaan *smartphone*, dunia perbankan pun turut serta dalam merespon perkembangan teknologi informasi ini. Dengan tingginya tingkat adopsi *smartphone* oleh masyarakat, sektor perbankan memanfaatkan tren ini dengan meluncurkan layanan *mobile banking*. Layanan ini memungkinkan setiap individu untuk melakukan berbagai transaksi perbankan hanya dengan menggunakan *smartphone* yang mereka miliki. Adanya layanan *mobile banking* ini menjadikan proses perbankan lebih mudah diakses dan lebih efisien, sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang semakin dinamis (Tunggadewi, 2022).

Dilansir dari shinan.co.id (2021), *mobile banking* merupakan layanan yang diberikan oleh bank bagi nasabahnya untuk dapat melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone* yang dimilikinya. Hadirnya *mobile banking* tentu memberikan banyak manfaat yang dapat dirasakan baik bagi

penggunanya, maupun bagi bank itu sendiri. Manfaat bagi pengguna *mobile banking* yang paling dirasakan adalah kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Sebelum berkembangnya *mobile banking*, transaksi perbankan dilakukan dengan mendatangi bank secara langsung, namun sekarang pengguna hanya perlu mengandalkan *smartphone* dan internet yang dimilikinya untuk melakukan transaksi. *Mobile banking* juga menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tanpa terbatas pada ruang dan waktu. Transaksi perbankan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan keinginan dan kebutuhan penggunanya. Keuntungan bagi pihak bank sendiri adalah dengan mengurangi biaya operasional yang sebelumnya digunakan untuk membangun kantor cabang. Selain itu dengan adanya fitur-fitur yang mudah dipahami dan keamanan yang baik, bank juga dapat menarik nasabah-nasabah baru yang membutuhkan layanan *mobile banking* untuk menggunakan layanan yang diberikan.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) menjadi salah satu bank yang menyediakan layanan berbasis *mobile banking*. Pada tahun 2019, Bank Rakyat Indonesia (BRI) meluncurkan aplikasi BRImo, yang merupakan pengembangan dari platform *mobile banking* sebelumnya (promo.bri.co.id). BRImo kini menyediakan beragam layanan yang bertujuan untuk memfasilitasi pengguna dalam melakukan transaksi perbankan. Salah satu keunggulan yang ditawarkan pada aplikasi BRImo yaitu nasabah dapat melakukan tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM dan hanya mengandalkan aplikasi pada *smartphone* penggunanya. Penarikan tunai dapat dilakukan dengan mudah melalui aplikasi

BRImo, nasabah hanya perlu memasukkan jumlah uang yang ingin ditarik dan menginput kata sandi sebagai langkah verifikasi. Setelah itu pengguna akan menerima kode tarik tunai yang nantinya kode itu akan dimasukkan ke dalam mesin ATM BRI terdekat.

BRImo berfungsi sebagai alat yang memudahkan nasabah untuk mengakses berbagai layanan perbankan melalui perangkat seluler. Dengan BRImo, pengguna dapat melakukan sejumlah transaksi, termasuk transfer dana antar rekening, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan pembayaran berbagai jenis transaksi keuangan. Selain itu, BRImo juga menyediakan fitur-fitur inovatif seperti penawaran promo khusus, poin *reward*, dan notifikasi transaksi. Melalui BRImo, Bank Rakyat Indonesia berkomitmen untuk memberikan pengalaman perbankan yang lebih baik, lebih mudah, dan lebih efisien bagi nasabahnya. Dengan kemajuan teknologi ini, BRI mendorong nasabahnya untuk mengadopsi cara baru dalam mengelola keuangan mereka, menjadikan BRImo sebagai kunci utama dalam menjalankan aktivitas perbankan sehari-hari secara digital.

Tabel 1.1 Daftar 10 Bank Di Indonesia Yang Mengadopsi Mobile Banking

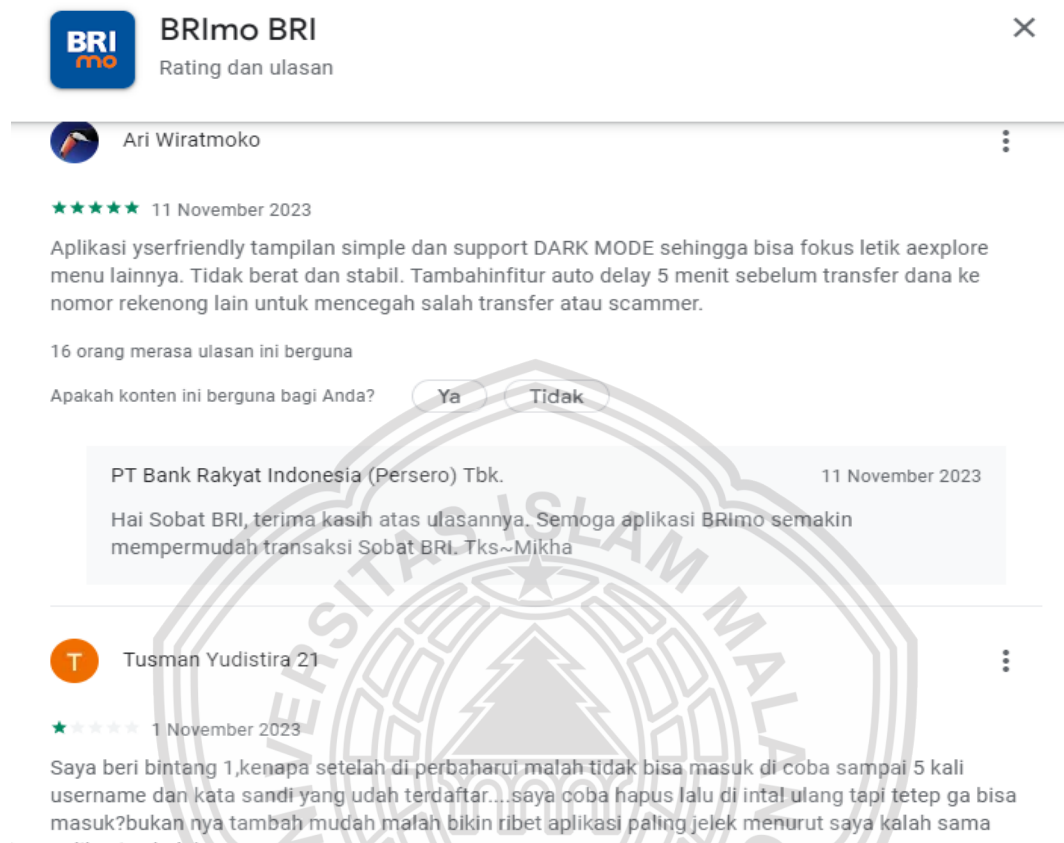
No.	Nama <i>Mobile Banking</i>	Bank Penerbit	Jumlah Pengunduh	Rating
1	BNI <i>Mobile Banking</i>	BNI	10 Juta+	4,6/5
2	BRImo	BRI	10 Juta+	4,5/5
3	BTN <i>Mobile</i>	BTN	1 Juta+	4,4/5
4	BSI <i>Mobile</i>	BSI	5 Juta+	4,3/5
5	BCA <i>Mobile</i>	BCA	50 Juta+	4,2/5
6	D-Bank Pro	Danamon	1 Juta+	4,2/5
7	Livin by Mandiri	Mandiri	10 Juta+	4,1/5
8	OCBC <i>mobile</i> Indonesia	OCBC NISP	1 Juta+	3,7/5
9	OCTO <i>Mobile</i> by CIMB Niaga	CMB Niaga	5 Juta+	3,5/5
10	Permata <i>Mobile X</i>	Permata	1 Juta+	3,4/5

Sumber: Play Store, 2023

Berdasarkan data yang terdapat dalam Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa BRImo menempati peringkat kedua di antara sepuluh bank terkemuka di Indonesia yang telah mengadopsi layanan *mobile banking*. Aplikasi BRImo telah berhasil mencapai prestasi yang mengesankan dengan mencatat lebih dari 10 juta unduhan dari pengguna, dengan *rating* sebesar 4,5/5. BRImo menghadapi persaingan ketat dengan BNI *mobile Banking*. BNI *mobile Banking* yang juga mencapai angka unduhan sebanyak 10 juta lebih, namun dengan *rating* yang sedikit lebih tinggi, yaitu 4,6/5.

Setelah pembaruan terbaru BRImo, Sejumlah pengguna mengungkapkan ketidakpuasan mereka dengan memberikan *rating* rendah dan memberikan komentar negatif terkait performa aplikasi. Keluhan utama yaitu sering terjadinya *error* saat melakukan *login* dan bertransaksi, serta tampilan yang dianggap rumit, yang pada akhirnya menyulitkan pengguna dalam menjalankan proses transaksi. Fenomena ini memberikan gambaran bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko menjadi faktor yang signifikan dalam membentuk keputusan penggunaan aplikasi. Dalam konteks ini, peningkatan kualitas layanan dan perbaikan performa aplikasi setelah pembaruan menjadi prioritas utama bagi penyedia layanan. Pemahaman mendalam terhadap umpan balik pengguna, terutama terkait dengan masalah *login* dan tampilan yang rumit, dapat menjadi landasan untuk perbaikan yang lebih efektif. Dengan mengakomodasi masukan dari pengguna, BRImo dapat mengoptimalkan pengalaman pengguna, dan memperkuat daya saingnya di pasar *mobile banking*.

Gambar 1.1 Rating dan Ulasan BRImo



Sumber: Play Store, 2023

Dari gambar 1.2 diatas dapat dilihat sejumlah pengguna memberikan penilaian maksimal, yaitu 5/5, terhadap aplikasi. Alasannya mencakup tampilan yang dianggap sederhana namun efektif, kestabilan kinerja, serta keberadaan fitur *auto delay* selama 5 menit yang dianggap bermanfaat untuk mencegah kesalahan transfer. Pengguna-pengguna ini menilai aplikasi tersebut sebagai alat yang handal dan dapat diandalkan. Sejumlah pengguna memberikan penilaian maksimal, yaitu 5/5, terhadap aplikasi. Alasannya mencakup tampilan yang dianggap sederhana namun efektif, kestabilan kinerja, serta keberadaan fitur *auto delay* selama 5 menit yang dianggap bermanfaat untuk mencegah kesalahan transfer. Pengguna-pengguna ini menilai aplikasi tersebut sebagai

alat yang handal dan dapat diandalkan. Namun, dalam konteks yang sama, beberapa pengguna juga menunjukkan ketidakpuasan dengan memberikan rating sebesar 1/5. Keluhan yang disampaikan oleh kelompok pengguna ini terkait dengan munculnya kesalahan setelah aplikasi diperbaharui. Dengan demikian, hal ini menunjukkan adanya kerentanan dalam pembaruan yang mungkin mengakibatkan gangguan operasional pada aplikasi. Evaluasi ini memberikan gambaran bahwa, meskipun sebagian besar pengguna menghargai fitur-fitur positif, terdapat tantangan yang harus diatasi oleh penyedia layanan untuk meningkatkan stabilitas dan kualitas aplikasi agar dapat memenuhi harapan semua pengguna.

Dari tabel dan gambar yang telah dijelaskan dapat dilihat bahwa keputusan seseorang dalam menggunakan *BRI mobile* dipengaruhi oleh beberapa faktor. Keputusan penggunaan dapat dianalogikan sebagai keputusan pembelian (Rahardjo, 2017). Keputusan pembelian dapat disebut dengan cara pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelanggan atas suatu transaksi barang atau jasa yang ditawarkan di pasar (Ansari *et al.*, 2019). Dalam proses pengambilan keputusan ini, konsumen melakukan penyelidikan terhadap data terkait produk atau merek, mengevaluasi kualitasnya dibandingkan dengan produk sejenis, dan berdasarkan informasi yang ditemukan, kemudian membuat keputusan tentang produk mana yang paling cocok untuk dibeli atau digunakan (Pasha & Hadibrata, 2019).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi, diantaranya yaitu persepsi kegunaan. Persepsi

kegunaan adalah keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan dampak positif yang mempengaruhi peningkatan kinerjanya (Salsabilla dan Amanda 2019). Menurut Teori Penerimaan Teknologi (TAM) jika pengguna menganggap suatu teknologi berguna atau dapat meningkatkan kinerja mereka, maka kecenderungan untuk mengambil keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut akan lebih tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kholifah, dkk (2021) yang menunjukkan hasil bawa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chandra (2017) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi yaitu persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan menggambarkan bahwa pengguna dapat mengoperasikan suatu sistem tanpa mengalami kesulitan atau memerlukan usaha ekstra (Jogianto 2019). Menurut TAM (*Technology Acceptance Model*) jika seseorang menganggap bahwa menggunakan suatu teknologi itu mudah, maka mereka cenderung lebih mungkin untuk mengadopsi teknologi tersebut. Persepsi kemudahan dapat mempengaruhi sikap positif terhadap keputusan penggunaan teknologi, yang pada gilirannya dapat membentuk niat untuk menggunakannya, dan akhirnya menghasilkan keputusan penggunaan yang konkret. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anggono, dkk (2018) yang menunjukkan hasil bawa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan penggunaan. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati (2019) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Selain persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan, persepsi risiko juga dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Persepsi risiko adalah suatu kondisi ketidakpastian yang akan terjadi pada dampak dari aktivitas yang menjadi dasar atau motivasi untuk mempertimbangkan sebelum melakukan aktivitas tersebut (Iswah & Soenhadji, 2020). Risiko dijelaskan sebagai asumsi individu yang bersifat subjektif ketika merasa kerugian dari hasil pelaksanaan aktivitas (Asri & Susanti, 2018). Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior/TPB*) menyatakan bahwa persepsi risiko dapat mempengaruhi sikap terhadap perilaku (*attitude*) dan kendali perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Jika pengguna merasakan risiko tinggi terkait dengan suatu teknologi atau produk, hal ini dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap penggunaan dan juga persepsi kendali yang mereka rasakan terhadap penggunaan tersebut. Oleh karena itu, dalam aplikasi TPB, persepsi risiko dapat memainkan peran dalam membentuk niat dan perilaku penggunaan. Hal ini didukung oleh Penelitian yang dilakukan oleh Anggono, dkk (2018) yang menunjukkan hasil bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniaputra dan Nurhadi (2018) yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Risiko yang sering dikeluhkan dalam menggunakan *mobile banking* adalah risiko keamanan data pengguna serta keamanan rekening yang terdapat dalam *mobile banking*. Bank Rakyat Indonesia (BRI) berupaya mengurangi risiko dengan menyematkan fitur keamanan canggih pada aplikasi BRImo. Dengan menghadirkan teknologi berupa pengenalan sidik jari (*fingerprint*) dan pengenalan wajah (*face recognition*) untuk memfasilitasi proses login ke aplikasi. Langkah ini bertujuan untuk memberikan solusi kepada pengguna yang khawatir terkait kemungkinan lupa password mereka. Hal ini membuktikan bahwa BRI memikirkan solusi keamanan yang sering ditakutkan oleh nasabah yang belum menggunakan *mobile banking* dengan alasan meragukan keamanan akun dan rekeningnya. Diharapkan dengan terjaminnya keamanan pada akun BRI *mobile*, banyak nasabah baru yang menggunakan layanan *mobile banking* yang disediakan BRI sebagai teknologi yang dapat membantu mereka dalam melakukan transaksi perbankan (Tunggadewi, 2022).

Dari paparan latar belakang yang telah dijabarkan, terlihat bahwa beberapa permasalahan muncul dan berhasil teridentifikasi, menjadi fokus utama penelitian ini untuk dianalisis lebih mendalam. Keberagaman isu-isu yang muncul tersebut menjadi sumber ketertarikan peneliti untuk menyelidiki lebih rinci. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk mengangkat judul penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile (BRImo) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa UNISMA dalam penggunaan BRI *mobile*?
2. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UNISMA dalam penggunaan BRI *mobile*?
3. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UNISMA dalam penggunaan BRI *mobile*?
4. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UNISMA dalam penggunaan BRI *mobile*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai yaitu:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui secara simultan pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan mahasiswa UNISMA dalam penggunaan BRI *mobile*.

2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap keputusan mahasiswa UNISMA dalam penggunaan BRI *mobile*.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan mahasiswa UNISMA dalam penggunaan BRI *mobile*.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan mahasiswa UNISMA dalam penggunaan BRI *mobile*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

- 1) Bagi penulis, Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan semasa kuliah dan menerapkan secara praktik dalam kehidupan sehari-hari khususnya mengenai pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan BRI *mobile*.
- 2) Bagi pembaca, Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca tentang pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan BRI *mobile*.

B. Manfaat Praktis

- 1) Bagi perusahaan, Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi BRI terkait pengaruh persepsi kegunaan,

persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan BRI *mobile*.

- 2) Bagi nasabah, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko dapat mempengaruhi keputusan penggunaan BRI *mobile*, sehingga dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan digital tersebut.
- 3) Bagi pemerintah, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan BRI *mobile*, sehingga dapat merancang kebijakan yang mendukung pengembangan layanan perbankan digital, meningkatkan inklusivitas keuangan, dan memajukan transformasi digital di sektor perbankan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.
- 4) Bagi akademisi, Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bahan mengajar untuk menambah informasi baru bagi mahasiswa terkait pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan BRI *mobile*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan BRI *mobile* (BRImo) yang telah dilakukan terhadap objek penelitian yaitu mahasiswa UNISMA angkatan 2020, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan BRI *mobile*.
2. Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BRI *mobile*.
3. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BRI *mobile*.
4. Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BRI *mobile*.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini telah dilakukan secara optimal, walau demikian masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Peneliti hanya menggunakan 3 variabel independen (persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko) guna mengetahui, keputusan penggunaan.

2. Penelitian ini terbatas di lingkungan Universitas Islam Malang yaitu pada mahasiswa angkatan 2020 yang belum mencakup seluruh angkatan yang ada.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka berikut merupakan beberapa saran untuk menjadi masukan pihak-pihak terkait:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini bisa menjadi referensi bahan mengajar untuk menambah informasi baru bagi mahasiswa terkait pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan BRI *mobile*.

2. Bagi Perusahaan

BRI perlu meningkatkan kualitas aplikasi BRImo, karena setelah pembaruan terbaru banyak pengguna yang mengeluhkan penurunan kualitas aplikasi BRImo, terutama masalah kelancaran aplikasi. BRI diharapkan untuk memberikan perhatian intensif terhadap pengembangan dan perbaikan teknis dalam aplikasi BRImo. Hal ini dapat mencakup evaluasi mendalam terhadap penyebab penurunan kelancaran dan implementasi perbaikan yang terstruktur, guna memastikan bahwa pengguna dapat melakukan transaksi dengan lancar tanpa kendala teknis yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-pay pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 6(1), 88–103.
- Anggriani, L., Diana, N., Diah F. D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan, dan Kemudahan Penggunaan pada Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Tahun 2019). *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 12(02), 837–848.
- Annisa, Y. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Di Kota Semarang). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 24(01), 9.
- Asofta, W., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2022). Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Pengguna Internet Banking Nasabah Bank Bri Unit Kerja-Bri Kcp Gentengkali Jalan Gentengbesar No 26 Kecamatan Genteng Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 11(1), 123–130.
- Asri, S., & Susanti, F. (2016). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pada E-Commerce Lazada.co.id (Studi Pada Mahasiswa Jurusan S1 Manajemen “STIE KBP” Padang). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP Padang*, 1-5.
- Bastomi, M., & Sudaryanti, D. (2024). *The influence of islamic capital market literacy toward intention to invest in islamic capital market : Does risk perception mediate the relationship ?* 25(1), 1–24. <https://doi.org/10.18196/jai.v25i1.19630>
- BRI. 2019. Kemudahan Transaksi Perbankan Dengan BRImo. Diakses pada 15 November 2023 melalui https://promo.bri.co.id/main/promo/detail/kemudahan_transaksi_perbankan_dengan_brimo
- Chaidir, T., Ro’is, I., & Akhmad Jufri. (2021). Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 61–76.
- Davis. (2019). UC Davis at SemEval-2019 Task 1: DAG Semantic Parsing with Attention-based Decoder. International Workshop on Semantic Evaluation
- Elisabeth, N. T. (2022). *Analisis Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Minat Penggunaan BRI Mobile (BRImo) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma)*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25.
- Hamid, A. N. U. S. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan , dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan BRI Mobile (Studi Pada Masyarakat di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–18.
- Iqbal, M., & Nastiti, H. (2022). Antesenden Minat Menggunakan Bri Mobile (Brimo) Pada Nasabah Bri Kantor Cabang Sesetan, Denpasar. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(22), 1–13.
- Jogianto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Juliandi, A., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Umsu Press.
- Kholifah, A. P. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Brimo Pada Nasabah Bank BRI Kota Malang Aviv. *e – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Kotler, & Armstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Manajement, 15th Edition*. United States Pearson
- Kurniaputra, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri Di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(1), 109–120. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2), 1–8.
- Lutfiah, A. F., Mardani, R. M., & Wahyuningtyas, N. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Penggunaan Aplikasi BRImo (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Unisma Angkatan 2019). *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 946–955.
- More, E. R., & Suprpti. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking. *Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi*, 1–17.
- Muhammad, D. E. N. F., & Praswati, A. N. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Pembelian Ulang Food Delivery App Pada Generasi Milenial Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 359.
- Hamid, A. N. U. S. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan ,

dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan BRI Mobile (Studi Pada Masyarakat di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–18.

Kurniaputra, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri Di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(1), 109–120. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>

Ningsih, S. (2021). *Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Bank Syariah Pada Generasi Milenial*. Skripsi. Universitas Islam Negri Walisongo.

Nurhidayah, N., & Bastomi, M. (2023). Interaction between Perceived Usefulness and Self-Efficacy towards Sustainability of Sharia P2PL investment. *Asian Journal of Management ...*, 03(04). <http://ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/525%0Ahttps://ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/download/525/354>

Nursiah, N., Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis minat menggunakan mobile banking. *Akuntabel*, 19(1), 91–100.

Nurul, A. A. D. K. F. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 2.

Pamungkas, Z. Y., & Sudiarno, A. (2022). Implementasi Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) untuk Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Brimo. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 9(3), 569–578.

Pitura, C. R., Rachma, N., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet ShopeePay Di Kalangan Generasi Millenial(Studi Pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, , 71–81.

Purbaya, Uung. (2023). *Pengaruh Kemudahan Betransaksi, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking BRImo*. Skripsi, Universitas Putra Bangsa.

Rahmawati, Y. D., Yuliana, R., Tinggi, S., Bank, I. E., & Jateng, B. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Econbank*, 2(2), 157–168.

Sahira, D. A., & Fauziyah, E. (2021). Hubungan Persepsi Risiko Dengan Keputusan Pembelian Online Makanan Instan Pada Masa Pandemi Covid 19. *Agriscience*, 2(1), 32–47.

Salsabilla, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko,

Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–96.

Saputra, H. S. (2013). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan KAI Acces di Kota Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Shinan Bank. Pengertian *Mobile Banking*. Dakses pada 15 November 2023 Melalui

<https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking>

Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Perilaku Penggunaan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–20.

Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.

Syaefullah, & Mubiyantoro, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking. *Dk*, 53(9), 1689–1699.

Syahrina, A., & Christiana, I. (2023). Efek Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan e-Money Pendahuluan Financial technology (fintech) merupakan Berdasarkan data Bank Indonesai jumlah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 161–174.

Tawas, H., & Pandensolang, J. (2015). Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Pada Pt. Bangun Wenang Beverges Company Di Manado. *Jurnal Emba*, 3(3), 1113–1124.

Tri, A, B. N., . I., & A B, S. H. (2020). Persepsi Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay. *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 144–153.

Widhiaswara, I. A., & Soesanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 114–125.