

Antaseden Minat Penggunaan Bank Aladin Syariah : Pendekatan Teori TAM 3

Bryllian Octaviani Setyaningrum Adji¹, Meilana Widyaningrih²

^{1,2}Perbankan Syariah, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

bryllianosa@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel :

Diterima Januari 2025

Direvisi Februari 2025

Disetujui Maret 2025

Diterbitkan Maret 2025

ABSTRACT

This research was investigated to determine the influence of digital literacy, perceived usefulness, and perceived convenience on interest in using Aladin sharia banking services in Surakarta using TAM 3 theory. The research method used is quantitative method. Then for sampling using non probability techniques with purposive sampling techniques. In this study the population size is unknown so it uses the lemeshow formula. This study shows that partially, digital literacy, perception of usefulness and perception of ease of use have a positive and significant influence on interest in using Bank Aladin Syariah services. Simultaneously, the attachment between digital literacy, perception of usefulness, and perception of convenience can be seen from the R value and the Adjusted R Square value which shows that all X variables are able to contribute 79.3% to the Y variable, and the remaining 20.7% comes from the variables that were not studied.

Keywords : Digital Literation; Interest; Perceived Usefulness; Perceived Convenience.

ABSTRAK

Penelitian ini diteliti untuk mengetahui pengaruh dari literasi digital, persepsi kebermanfaatan, dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah aladin di surakarta dengan menggunakan teori TAM 3. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pengambilan sampelnya menggunakan teknik *non probability* dengan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui sehingga menggunakan rumus lemeshow. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, literasi digital, persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan Bank Aladin Syariah. Secara simultan, keterikatan antara literasi digital, persepsi kebermanfaatan, dan persepsi kemudahan terlihat dari nilai R dan nilai *Adjusted R Square* yang menunjukkan bahwa seluruh variabel X mampu memberikan kontribusi sebesar 79,3% terhadap variabel Y, dan sisanya 20,7% berasal dari variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Literasi Digital; Minat; Persepsi Kebermanfaatan; Persepsi Kemudahan.

PENDAHULUAN

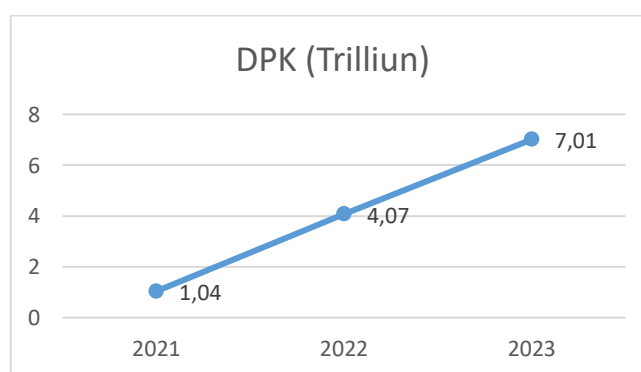
Perubahan kemajuan teknologi, dan perubahan aktivitas ekonomi merupakan dampak dari Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan perkembangan teknologi dalam sistem perekonomian [4]. Perkembangan teknologi yang maju telah memberikan berbagai kemudahan pelayanan yang memperkaya kehidupan masyarakat [15]. Dengan berkembangnya teknologi di bidang keuangan ini, dapat melahirkan 4.444 inovasi keuangan modern yang dikenal dengan istilah *financial technology* atau disingkat *fintech* [11]. Menurut Saputri, (2020), bank digital

ini memungkinkan penggunaanya menyimpan dana dalam jumlah nominal tertentu pada sebuah aplikasi yang dapat diakses melalui gadget. Saat ini seluruh individu maupun organisasi di bidang teknologi saling bersaing untuk bisa bertahan di era globalisasi [16]. Selain persepsi kesadaran, sikap mental khususnya motivasi juga berpengaruh terhadap penerimaan teknologi [8].

Persaingan di sektor perbankan syariah juga begitu terasa di Kota Surakarta [9]. Industri perbankan harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang ada dengan mengembangkan kemampuan digital yang menciptakan produk baru, pasar baru, layanan baru, dan saluran pengiriman yang efisien. Pengembangan fitur ini diharapkan dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada pengguna [3].

Bank digital merupakan teknologi yang memerlukan pemahaman dan keterampilan penggunaan yang baik [2]. Pada aplikasi Bank Aladin Syariah terdapat 2 pilihan jenis rekening yang bisa dibuka, yang pertama yaitu aladin regular untuk usia 17 tahun ke atas sedangkan yang kedua merupakan aladin gen untuk usia 17 tahun kebawah atau yang belum memiliki KTP.

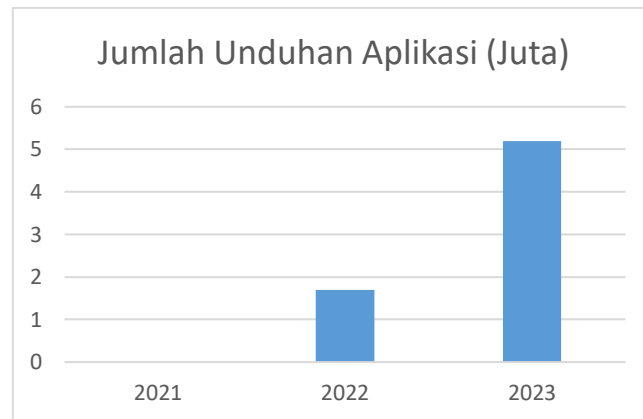
PT Bank Aladin Syariah Tbk adalah bank syariah berbasis digital yang didirikan pada tahun 1994 dengan nama Bank Maybank Nusa Internasional dan berganti nama menjadi Bank Maybank Syariah Indonesia pada tahun 2010 sesuai dengan Syariah. Pada tahun 2019 Bank Maybank Syariah berubah nama menjadi Bank Net Indonesia Syariah, kemudian baru dua tahun menggunakan nama tersebut perusahaan kembali berganti nama menjadi Bank Aladin Syariah pada Juni 2021 [6]. Perusahaan berkantor pusat di Jakarta, namun pelanggan dapat mengakses seluruh layanan melalui aplikasi produk. Pada tahun 2021, Bank Aladin Syariah tercatat di bursa dengan kode BANK. Bank ini akan menjadi bank digital sepenuhnya berbasis syariah pertama di Indonesia, dan aplikasi Aladin sendiri akan tersedia untuk umum mulai tahun 2022 [6].



**Gambar 1. Grafik DPK Bank Aladin Syariah Tahun 2021-2023
(Dalam Triliun Rupiah)**

Sumber: aladinbank.id (2024)

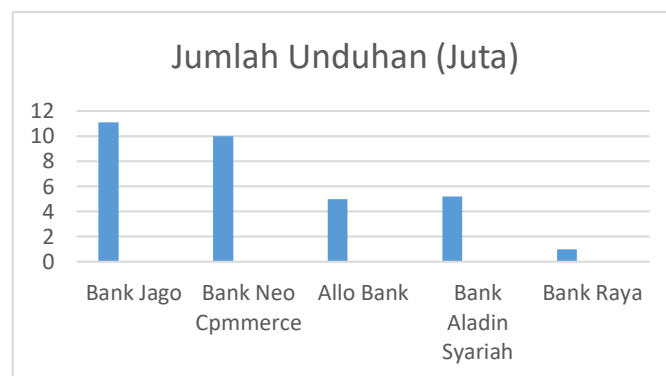
Berdasarkan grafik diatas, dapat diketahui bahwa DPK Bank Aladin Syariah pada tahun 2021-2023 terus meningkat. Pada tahun 2021 DPK Bank Aladin Syariah mencapai 1,04 triliun, kemudian pada tahun 2022 menjadi 4,07 triliun, dan pada tahun 2023 mencapai 7,01 triliun.



Sumber: aladinbank.id (2024)

Gambar 2. Diagram Jumlah Unduhan Apk Bank Aladin Syariah Tahun 2021-2023

Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui bahwa jumlah unduhan aplikasi Bank Aladin Syariah pada tahun 2021-2023 juga semakin meningkat. Pada tahun 2021 unduhan Bank Aladin Syariah masih 0 karena aplikasi launching pada tahun 2022 awal. Kemudian pada tahun 2022 mencapai lebih dari 1,7 juta unduhan dalam waktu kurang dari satu tahun, dan pada 2023 jumlah unduhan mencapai lebih dari 5,2 juta.



Sumber: googleplaystore (2024)

Gambar 3. Diagram Jumlah Unduhan Apk Bank Digital Syariah Tahun 2024

Berdasarkan diagram unduhan Bank Digital tahun 2024 diatas dapat diketahui bahwa Bank Jago mencapai 11,1 juta unduhan, Neo Bank Commerce 10 juta unduhan, Allo Bank 5 juta unduhan, Bank Aladin Srariah 5,2 juta unduhan, dan Bank Raya lebih dari 1 juta unduhan. Dapat disimpulkan bahwa Bank Aladin Syariah berada ditengah tengah antara Bank Digital lainnya.

Menurut deskripsi aplikasi di *google play store*, dengan menggunakan Bank Aladin Syariah ini, kita dapat menikmati berbagai kemudahan dengan membuka banyak rekening, gratis biaya transfer, bisa setor dan tarik tunai di alfamart terdekat, berbagai donasi dengan lebih mudah, dan masih banyak lainnya yang bisa Aladin bantu mulai dari membuat tabungan digital, sampai pembayaran dan seputar keuangan lainnya hanya menggunakan dengan satu aplikasi saja.

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis minat menggunakan bank aladin syariah menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) 3 guna mengukur minat penggunaan dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat menggunakan Bank Aladin Syariah [19]. Peneliti menggunakan variabel Literasi Digital, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Minat.

Masyarakat dengan literasi digital yang tinggi mampu memanfaatkan teknologi secara efektif serta menggunakan dan memahami konten digital dengan benar dan tepat [14]. Kemudian untuk indikatornya yaitu (1) pemahaman literasi informasi, (2) pencarian di internet dan (3) kemampuan berfikir dan menilai apa yang ditemukan pada aplikasi [5]. Nasabah akan puas jika merasa nyaman menggunakan bank digital dan merasa mudah digunakan atau bermanfaat (Tiffani, 2023). Semakin puas nasabah, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya Kembali [2]. Adapun indikator-indikator dari persepsi kebermanfaatan menurut Davis dalam [21] yaitu (mempercepat pekerjaan, dan meningkatkan produktivitas efektifitas).

Erlita Agustina & Sri Musmini, (2022) berpendapat bahwa kemudahan penggunaan adalah komponen utama dari teori TAM. Menurut [10] seseorang menganggap suatu sistem teknologi yang mudah untuk digunakan dalam melakukan pengoperasian atau menjalankan sistem tersebut bebas dari penggunaan fisik dan mental seseorang, maka orang tersebut akan menggunakannya secara terus-menerus. Kemudian untuk indikatornya yaitu, mudah dipelajari, mudah untuk digunakan, jelas dan mudah dimengerti, menjadi terampil [5].

Minat dapat mempengaruhi pembelajaran akademik, bidang pengetahuan, dan penelitian masyarakat tertentu. Dari perspektif ini, jelas bahwa orang yang tertarik dengan pembelajaran akan terdorong untuk memperhatikan pembelajaran, dan mereka yang tertarik dengan penggunaan bank digital akan terdorong untuk memperhatikan penggunaan bank digital [5]. Kemudian indikator minat yaitu meningkatkan efektifitas, keamanan yang terjamin, dan layanan yang mudah untuk diakses [18].

Penelitian ini sejenis dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil (2021), [13] yang berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu”, pada penelitian ini hasilnya yaitu variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking. Untuk kebaruannya peneliti akan menambah atau mengganti variabel yang mungkin lebih relevan dan mengganti jenis Bank yang di teliti.

Permasalahan faktual pada penelitian ini yaitu kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan Bank Aladin Syariah di era sekarang ini. Jika dilihat dari diagram data jumlah unduhan dan jumlah DPK pada Bank Aladin Syariah semakin meningkat per tahunnya akan tetapi peminatnya belum bisa menyamakan atau melebihi Bank Digital lainnya yang berada di atasnya. Apalagi pada aplikasi ini, menurut ulasan di google play store sudah termasuk baik dan memiliki rating yang baik juga (4,3 bintang) dengan 37 ribu ulasan, yang artinya hanya (0,7 bintang) dengan ulasan atau komentar buruk.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh literasi digital, persepsi kebermanfaatan, dan persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan Bank Aladin Syariah. Karena dari pengamatan penulis, marketing dari Bank Aladin Syariah ini sudah cukup bagus dan diperkuat lagi dengan ulasan aplikasi pada *google playstore* juga cukup baik. Akan tetapi, minat masyarakat untuk menggunakan Bank Aladin Syariah masih kurang. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini.

METODE

Metode penelitian yang digunakan ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat yang menetap atau hanya bedomisili di Surakarta, sehingga jumlah populasi tidak bisa diketahui. Kemudian untuk sampelnya menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pengambilan sample berupa *purposive sampling* dimana sampelnya adalah masyarakat di Surakarta yang minat menggunakan bank digital syariah. Dalam penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui sehingga menggunakan rumus *lemesshow*. Berikut adalah rumus *lemesshow* :

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} \times P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas menghasilkan sample sebanyak 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100. Jadi sample yang digunakan minimal 100 responden. Untuk teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang berdomisili Surakarta [22]. Kemudian untuk software yang digunakan yaitu Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas), Uji Regresi Linier Berganda (Uji Koefisien Determinasi, Uji F, Uji T, dan Uji Persamaan Regresi dengan rumus $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Person correlation's	Keterangan
Literasi Digital	0,814	Valid
Persepsi Kebermanfaatan	0,816	Valid
Persepsi Kemudahan	0,848	Valid

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa dari ketiga variabel dalam penelitian ini nilai r-statistik > r-tabel sehingga ketiga variabel tersebut dinyatakan valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.932	4

Berdasarkan tabel 3, maka dapat dilihat bahwa nilai *cronback Alpha* sebesar 0,932 > 0,6 atau nilai r-statistik > r-tabel sebesar 0,932 > 0,1966. Maka disimpulkan bahwa variabel literasi digital, persepsi kebermanfaatan, dan persepsi kemudahan dikatakan reliabel atau model konsisten sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

Uji Normalitas

Pada uji normalitas bisa dikatakan normal apabila nilai sig > 0,05. Hasil signifikan yang dicapai pada penelitian ini yaitu 0,180 > 0,05 menunjukkan bahwa nilai residual 2 berkontribusi normal.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Literasi Digital	.292	3.426
Presepsi Kebermanfaatan	.313	3.193
Presepsi Kemudahan	.286	3.502

Temuan dari uji multikolinearitas menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF < 10 dan nilai toleransi > 0,10.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
(Constant)	.000
Literasi Digital	.477
Presepsi Kebermanfaatan	.016
Presepsi Kemudahan	.403

Jika dilihat dari nilai t hitung, semua variabel independen tersebut bernilai < 1,98422 begitu juga jika dilihat dari nilai signifikan, semua variabel dalam penelitian ini mempunyai tingkat signifikansi > 0,05 sehingga variabel literasi digital, persepsi kebermanfaatan, dan persepsi kemudahan tidak menyebabkan terjadinya masalah heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients B
(Constant)	1.307
Literasi Digital	.256
Persepsi Kebermanfaatan	.393
Persepsi Kemudahan	.330

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda didapatkan hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,307 + 0,256 X_1 + 0,393 X_2 + 0,330 X_3$$

Dapat disimpulkan bahwa, (1) Nilai konstanta menunjukkan minat sebesar 1,307 apabila tidak ada perubahan literasi digital (X1), persepsi kebermanfaatan (X2), dan persepsi kemudahan (X3). (2) Nilai koefisien regresi variabel literasi digital yaitu 0,256 menyatakan setiap terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel ini maka variabel minat akan naik 0,256. (3) Nilai koefisien regresi variabel persepsi kebermanfaatan yaitu 0,393 menyatakan setiap terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel ini maka variabel minat akan naik 0,393. (4) Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan yaitu 0,330 menyatakan setiap terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel ini maka variabel minat akan naik 0,330.

Tabel 6. Uji t

Variabel	t	Sig.
(Constant)	.959	.340
Literasi Digital	2.835	.006
Presepsi Kebermanfaatan	3.526	.001
Presepsi Kemudahan	4.842	.000

Dalam penelitian ini menyatakan bahwa literasi digital (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap minat (Y). Dari temuan uji t diatas, nilai signifikan 0,006 < 0,05 maka terbukti bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap minat. Dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi 0,001 < 0,05 yang menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat, maka terbukti bahwa kepuasan nasabah (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat (Y). Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap minat (Y).

Berdasarkan tabel 7, hasil nilai F hitung > F tabel dengan nilai 122,716 > 2,70 jadi H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan kata lain variabel minat (Y) memiliki pengaruh terhadap literasi digital (X1), persepsi kebermanfaatan (X2), dan persepsi kemudahan (X3).

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	665.501	3	221.834	122.716	.000 ^b
	Residual	173.539	96	1.808		
	Total	839.040	99			

Koefisien Determinasi (R²)

Keterikatan antara literasi digital, persepsi kebermanfaatan, dan persepsi kemudahan terlihat dari nilai R sebesar 0,891. Sedangkan untuk nilai Adjusted R Square sebesar 0,793 yang menunjukkan bahwa seluruh variabel X mampu memberikan kontribusi sebesar 79,3% terhadap variabel Y, dan sisanya 20,7% berasal dari variabel yang tidak diteliti.

Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat menggunakan Bank Aladin Syariah

Hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh positif signifikan terhadap minat. Dari temuan uji t diatas, nilai signifikan $0,006 < 0,05$ maka terbukti bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap minat sehingga mendukung diterimanya hipotesis 1 dalam penelitian. Hal ini bisa dikatakan bahwa literasi digital mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan Bank Aladin Syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiffani (2023) yang membuktikan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan bank digital syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi digital masyarakat maka akan semakin tinggi juga minat masyarakat untuk menggunakan layanan bank digital syariah.

Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Minat menggunakan Bank Aladin Syariah

Pada hipotesis kedua (H2) memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, maka persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat yang menyebabkan hipotesis 2 diterima. Hal ini menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan Bank Aladin Syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mukti et al., (2022) yang menunjukkan bahwa hubungan antara kebermanfaatan dengan komitmen nasabah berpengaruh positif, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat persepsi kebermanfaatannya maka minat masyarakat untuk menggunakan layanan bank digital akan semakin meningkat [12].

Pengaruh Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Minat menggunakan Bank Aladin Syariah

Kemudian pada hipotesis ketiga (H3) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif

signifikan terhadap minat, sehingga hipotesis 3 diterima. Hal ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan Bank Aladin Syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Pradini & Susanti (2021) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan bank digital syariah. Sebab, masyarakat dapat dengan mudah dan cepat melakukan pembayaran ataupun transaksi hanya melalui smarphone mereka. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi kemudahannya maka minat masyarakat akan semakin meningkat [14].

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini yaitu secara parsial, literasi digital, persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan Bank Aladin Syariah, karena dinilai dapat dengan mudah dioperasikan, mudah dimengerti, dan memerlukan usaha yang minim untuk menguasainya. Di mana ketika penyedia layanan digital tersebut dapat mengurangi tingkat risiko yang dikhawatirkan oleh penggunaannya, maka semakin tinggi minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan layanan digital Bank Aladin Syariah.

Kemudian secara simultan keterikatan antara literasi digital, kepuasan nasabah, dan persepsi kemudahan terlihat dari nilai R sebesar 0,891. Sedangkan untuk nilai Adjusted R Square sebesar 0,793 yang menunjukkan bahwa seluruh variabel X mampu memberikan kontribusi sebesar 79,3% terhadap variabel Y, dan sisanya 20,7% berasal dari variabel yang tidak diteliti. Dari ketiga variabel bebas yang memiliki pengaruh paling besar adalah variabel persepsi kemudahan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] <https://aladinbank.id/>
- [2] Adinata, W., Rusylda, E., Meti, Saraswati, H., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Kepuasan Nasabah. *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(2), 94–108.
- [3] Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. D. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- [4] Amilia Esthiningrum, & Sari, S. P. (2019). Pendekatan Theory Rasoned Action (TRA) dan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Minat Transaksi Menggunakan E-Money. *Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 6(2), 163–172.
- [5] Andreawan, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Brand Image, Dan Literasi Digital Terhadap Minat Menggunakan Layanan Bank Digital Milik Bank Jago. July, 1–23.
- [6] Azizah, R. A. N., & Adelina Citradewi. (2023). Metode RGEC untuk Menilai Tingkat Kesehatan Bank pada PT Bank Aladin Syariah Tbk. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(2), 141–155.

- <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i2.1019>
- [7] Erlita Agustina, K., & Sri Musmini, L. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) (Studi Pada Generasi Z Di Provinsi Bali). *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 11(02), 127–137.
- [8] Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi *Journal of Emerging Information ...*, 02(02), 85–93. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/39738>
- [9] Haris, H., & T, N. S. I. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah Surakarta). *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i1.1-24>
- [10] Mentari, A. D., & Ilfitriah, A. M. (2018). the Effect of Awareness, Speed of Transactions, Security, Perceived Usefulness With Mediation of Perceived Ease of Use on M-Banking Adoptions Bri Makassar Raya. *Journal of Business & Banking*, 8(1), 157–175. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1554>
- [11] Mudrikah, A. (2021). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap minat Penggunaan Produk Finansial Teknologi Pada Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.54543/etnik.v1i2.23>
- [12] Mukti, T., Dini Puspitasari, & Nur Kholis. (2022). Determinan Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Dan Layanan Digital Di Bank Syariah Indonesia. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 4(1), 892–908. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol4.iss1.art6>
- [13] Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil. (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), 30–45. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- [14] Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 859. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p04>
- [15] Puspita, E., & Solikah, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money Pada Generasi Milenial. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 21(1), 29–40. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v21i1.154>
- [16] Rahman, A. F. S. K., & Supriyanto. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi. *INASJIF IndonesianScientific Journalof Islamic Finance*, 1(1), 1–21.
- [17] Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 1–11.
- [18] Silalahi, P. R., Tambunan, K., & Batubara, T. R. (2022). Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *Jurnal Ilmiah*

- Multidisiplin*, 1(2), 122–128. <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/18>
- [19] Sujatmiko, I. D., & Prisma, I. G. L. P. E. (2022). Implementasi Technology Acceptance Model 3 (TAM 3) terhadap kepuasan pengguna aplikasi investasi dan trading saham (Studi kasus: aplikasi mobile IPOT). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(01), 35–44. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/44214%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id>
- [20] Tiffani, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Mbia*, 22(1), 152–167. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2039>
- [21] Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- [22] Vania Winda Ramadhani, A. (2023). Pengaruh Daftar Menu Sistem Barcode Dan Pembayaran QRIS Terhadap Kepuasan Pelanggan COffee Toffee Airlangga. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(July), 1–23.