

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adaptasi Masyarakat Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta

Dewi Sefita Reno Asih¹, Dwi Santosa Pambudi^{2*}

¹Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia.

*Email: dwi.pambudi@pbs.uad.ac.id

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menemukan faktor yang memiliki pengaruh serta kendala yang dihadapi masyarakat terhadap adaptasi masyarakat dalam menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta, dengan pemakaian metode kuantitatif berupa jenis pengkajian data berbentuk angka, serta diperoleh dari perhitungan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Layanan mempengaruhi adaptasi masyarakat pada penggunaan mobile banking bank syariah Indonesia. Adapun, faktor informasi, faktor interaksi, serta faktor komunikatif juga memiliki pengaruh terhadap adaptasi masyarakat pada penggunaan mobile banking bank syariah Indonesia.

Kata kunci: Adaptasi Masyarakat; Mobile Banking; Islamic Bank

Pendahuluan

Pencipta media komunikasi sudah dibekali perkembangan TI yang semakin berkembang, media yang menggunakan media dari perangkat mobile seperti internet dengan fungsi yang semakin maju. Penggunaan TI dijadikan sebuah kebutuhan untuk mendukung pengembangan komersial sektor perbankan karena penggunaan teknologi yang tepat juga dipantau sehingga risiko operasional dapat diminimalkan dan bank dapat beroperasi secara efektif, terutama pada masyarakat pada tahap awal. pengaturan untuk perbankan seluler.

Adaptasi merupakan adaptasi pribadi terhadap lingkungan, adaptasi ini berarti menyamakan diri kepada kondisi lingkungan maupun pada akhirnya merubah keadaan sama dari keinginan pribadi. (Pinder, 2008). Community kustomisasi adalah kustomisasi yang dilakukan komunitas untuk membiasakan diri menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia.

M-banking adalah pelayanan dari perbankan yang menggunakan teknologi informasi. Layanan tersebut menawarkan bank kesempatan dalam menjelaskan pelanggan nilai tambah. Penggunaan layanan M-banking dari ponsel memastikan konsumen bisa melaksanakan transaksi perbankan dengan lebih mudah tanpa batasan waktu. Dari pelayanan m-banking ini,

bank menawarkan kemudahan serta keuntungan untuk masyarakat ketika nasabah ingin melakukan transaksi secara real time. Pelayanan dari M-banking memiliki beragam fungsi pembayaran, pembelian, dan transfer uang yang semakin banyak digunakan masyarakat untuk berbisnis di rumah selama pandemi Covid-19. Transaksi mobile banking menawarkan dan memberikan kemudahan kepada nasabah melalui berbagai layanan operasional. (Akob & Sukarno, 2022).

M-Banking adalah pelayanan yang memanfaatkan TI dan komunikasi pelayanan perbankan bank untuk mendukung kemudahan transaksi. Nasabah dapat merasakan efisiensi saat ingin menggunakan fitur transaksi kapanpun dan dimanapun karena mobile banking dapat diakses secara online di smartphone dengan catatan telah terhubung pada jaringan internet. Dengan kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan masyarakat akan terbiasa menggunakan berbagai layanan yang ditawarkan oleh bank (Sukmawati et al., 2021).

Kehadiran m-banking (Mobile Banking) merupakan terobosan baru perbankan guna menyesuaikan diri terhadap sistem bisnis global yang gencar memanfaatkan akses internet dalam kehidupan sehari-hari. Setiap badan keuangan atau perbankan senantiasa mencoba untuk memberikan layanan kepuasan kepada nasabah serta mengasihkan fasilitas yang nyaman seperti layanan mobile banking tersebut untuk melakukan setiap transaksi bagi nasabah. (Sari et al., 2021).

Banyak berbagai macam fasilitas yang disediakan oleh Mobile Banking yang akan membantu setiap nasabah. Nasabah bisa mengetahui informasi saldo, transfer dana dan masih banyak manfaat lainnya dari aplikasi Mobile Banking tersebut. Dengan banyaknya fasilitas yang diberikan. Namun, masih banyak orang yang belum memahaminya dan beradaptasi terhadap Mobile Banking, padahal Mobile Banking mempunyai banyak sekali manfaat yang bisa mempermudah nasabah dan memberikan kenyamanan. Faktor penting saat menggunakan Mobile Banking adalah kepercayaan dan keamanan pelanggan. Karena keamanan bukanlah prioritas bagi banyak bank yang bergerak secara online, banyak pelanggan tidak ingin menggunakan mobile banking karena merasa tidak aman dalam menjalankan bisnis.

Keamanan adalah Salah satu faktor terpenting dalam membangun kepercayaan pelanggan ketika mereka memutuskan untuk melakukan Transaksi online. Faktor kepercayaan yaitu perkiraan subjektif di mana konsumen percaya dan mau untuk beradaptasi untuk bisa melakukan transaksi online sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan, sebagai investasi yang

besar dalam belanja online agar kepercayaan pelanggan lebih tinggi karena kepercayaan sangat berpengaruh terhadap kemauan pelanggan untuk berbisnis secara online.

Adaptasi ialah proses penyesuaian diri dengan lingkungan, tetapi lingkungan juga menyesuaikan dengan keadaan. Proses dimana orang mencoba untuk mencapai tujuan dan menghadapi perubahan kondisi lingkungan dan sosial untuk bertahan hidup. Coping Adaptasi yang diperoleh sejak lahir dan diperoleh melalui experiential learning untuk menghadapi masalah, yaitu adaptasi individu dan kelompok, diperlukan saat memasuki lingkungan baru. Menurut teori evolusi Darwinian National Geographic, konsep adaptasi adalah mekanisme biologis dimana organisme beradaptasi dengan lingkungan baru atau perubahan di lingkungan mereka saat ini. Pada saat yang sama, Wallace percaya bahwa adaptasi adalah cara makhluk hidup mengubah fungsi tubuhnya sedemikian rupa sehingga membuatnya lebih menguntungkan di habitatnya. (Darwin, 1859).

Kemampuan beradaptasi seseorang bervariasi dari waktu ke waktu, ketika seseorang mampu beradaptasi terhadap perubahan, mereka memiliki kemampuan menanggapi rangsangan positif dan negatif. Sosialisasi dibutuhkan manusia untuk menciptakan sikap adaptif dalam kehidupan. Sebagai makhluk sosial maka interaksi dengan manusia lainnya dibutuhkan untuk keberlangsungan bertahan hidup. Sosialisasi yaitu penyesuaian diri dengan lingkungan sosial, bagaimana hidup berkelompok, skala besar maupun kecil (Pamungkas & Zuhroh, 2018). Penyesuaian ini pada dasarnya merupakan langkah untuk memenuhi kebutuhan dasar dari semua kehidupan yang hidup. Adaptasi adalah strategi pengaturan diri yang digunakan orang sepanjang hidup mereka untuk menanggapi perubahan lingkungan dan sosial.

Adaptasi masyarakat merupakan adaptasi diri sendiri terhadap lingkungan. Artinya, adaptasi dapat membuat seseorang mengubah perilaku atau respon diri sebagai bentuk penyesuaian terhadap kondisi lingkungan, atau dapat diartikan juga sebagai juga berarti berusaha untuk mengubah lingkungan sesuai dengan keinginan pribadi. Adaptasi sendiri pada hakekatnya merupakan proses pemenuhan kebutuhan dasar semua makhluk hidup (Yusuf & Nurihsan, 2006). Adaptasi adalah proses hubungan yang saling menguntungkan secara terus menerus antara manusia dan lingkungan. Proses adaptasi memiliki tiga tingkatan yang membedakannya yaitu perilaku, fisiologi dan genetika/demografi. Setiap tingkat, beberapa melibatkan otoritas adaptif, yaitu memperlakukan orang untuk dapat bertahan hidup meskipun tengah menghadapi rintangan. Adaptasi manusia adalah strategi adaptasi diri yang digunakan orang sepanjang hidup mereka untuk menanggapi perubahan lingkungan dan sosial. Penyesuaian sosial berarti perubahan yang membuat seseorang yang termasuk dalam kelompok

sosial lebih mampu hidup dan berfungsi di lingkungannya. Manusia yang hidup di bumi setiap hari pasti terus berkembang dan berubah menjadi individu yang lebih baik, secara tidak langsung evolusi ini juga mempengaruhi lingkungannya. Orang dengan karakter dan perilaku yang baik di lingkungan juga memiliki efek positif pada kelangsungan hidup mereka. (Fahlevi, 2019).

Sebagai layanan interface, Mobile banking memberikan kemudahan kepada nasabah dalam mengakses sistem perbankan melalui perangkat yang biasa digunakan sehari-hari, contohnya ialah handphone. Mobile banking adalah proposisi dan peluang yang baik bagi bank untuk mengurangi biaya dan menambah pelanggan ke layanan transaksi yang ekonomis dan mudah. Mengenai sistem keamanan, mobile banking memiliki cakupan untuk menekan risiko penipuan sebab nasabah dapat menerima pesan selama pengoperasian rekening, seperti itu penyeteroran, penarikan, atau transfer (Chaidir et al., 2021).

Faktor yang memiliki pengaruh pada perilaku nasabah M-Bank Andrianto, (2019) diantaranya; pertama, Keamanan Sistem, hal terpenting bagi nasabah pengguna layanan m-banking adalah keamanan sistem pengiriman uang melalui sistem online. Pelanggan meminta dari penyedia layanan bahwa dia dapat menawarkan dan menjamin keamanan saat membayar dengan mobile banking. Kedua, Kemudahan Mengakses Website, pelayanan yang mudah melalui penggunaan mobile banking dapat menarik minat masyarakat. Ketiga, Privasi Pengguna, Kecenderungan nasabah mengenai kekhawatiran terhadap perlindungan keuangan yang ada pada bank, maka keamanan yang ketat diharapkan nasabah untuk melindungi data pribadi serta privasi akun atau rekening bank. Integritas perbankan untuk menjaga kerahasiaan nasabah menjadi faktor penting untuk menjaga kepercayaan pengguna serta mempertahankan loyalitas.

Keempat, Pelayanan fleksibel, pemanfaatan mobile banking tidak memiliki batasan. Perusahaan dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan fleksibilitas waktu. Kelima, Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, kredibilitas penyedia fasilitas mobile banking sangat penting bagi nasabah. Perusahaan dengan kredibilitas tinggi lebih bersedia menggunakan jasa perbankan. Keenam, Kecepatan koneksi jaringan, terdapat salah satu aspek sama pentingnya dalam mempengaruhi penggunaan mobile banking ialah ketersediaan jaringan yang bagus dan lancar dapat membuat nasabah merasa puas. Namun, kendala tersebut merupakan tanggungjawab provider nasabah bukan pihak bank.

Metode Penelitian

Metode pengkajian ini yaitu metode kuantitatif atau menggunakan data numerik dari hasil penghitungan survey yang berikaitan dengan persoalan yang dikaji (Sugiyono, 2016). Pengkajian dilaksanakan yaitu Masyarakat yang menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta, waktu penelitian dilakukan dari Maret 2023 sampai dengan tuntas. Populasi pada proses pengkajian ini ialah masyarakat yang menggunakan Mobile banking Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta sebanyak 957.800 orang. sampel penelitian ini di ambil dari 100 orang nasabah pada Bank Syariah Indonesia Yogyakarta. Variabel penelitian yaitu mengartikan apa yang peneliti definisikan untuk mendapatkan informasi tentangnya (Sugiyono, 2016). Oleh karena itu, peneliti menggunakan satu variabel terikat dan empat variabel bebas antaranya Layanan (X1), Informasi (X2), Interaksi (X3), Komunikatif (X4). Sedangkan variabel terikat dalam pada pengkajian ini yaitu menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Bersesuaian dengan tabel 1 tersebut, jumlah laki-laki yaitu 45 orang dengan persentase 45 Sedangkan frekuensi perempuan yaitu 55 dengan persentase 55.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	45	45	45	45
Valid Perempuan	55	55	55	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 25 (2023)

Sesuai dengan tabel 2 tersebut, frekuensi untuk SI yaitu 35 orang dengan persentase 35. Sedangkan frekuensi untuk SMA yaitu 65.0 dengan persentase 65%.

Tabel 2. Responden berdasarkan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid SI	35	35.0	35.0
Valid SMA	65	65.0	65.0
Total	100	100.0	100.0

Sumber: Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 25 (2023)

1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

a. Validitas dan Realibilitas Adaptasi Masyarakat

Uji validitas pada instrumen adaptasi masyarakat BSI Yogyakarta dilakukan dengan componen matrix pada hasil pengolahan spss. Instrumen pada penelitian ini terdiri dari 25

pernyataan yang terbetuk dari empat Variabel yaitu Layanan, informasi, interaksi, Komunikasi. Berikut hasil uji validitas menggunakan SPSS:

Hasil uji validasi soal bisa dinyatakan valid jika r larik r kecil (r larik $<$ angka r), maka diperoleh hasil variabel X1 dari 5 soal terdapat 1 soal yang keliru, walaupun ada 1 soal dinyatakan tidak valid, berdasarkan variabel X2 terdapat semua variabel yang dianggap valid. Berdasarkan hasil uji validasi variabel X3, terdapat satu item yang tidak valid dan yang lainnya dapat dikatakan valid. Berdasarkan hasil uji validasi untuk variabel X3 semua variabel dapat dinyatakan berdasar dan untuk variabel X4 keseluruhan variabel dapat dibuktikan validitasnya, sedangkan pada variabel Y diperoleh hasil bahwa semua pertanyaan dapat dinyatakan sah.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Analisis reliabilitas menghasilkan pada setiap instrumen pengkajian membuktikan jika nilai koefisien alpha cronbach untuk setiap variabel yang diuraikan tabel 3:

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	Ralpha	Rkritis	Kriteria
1.	X1	0,806	0,600	Reliabel
2.	X2	0,850	0,600	Reliabel
3.	X3	0,788	0,600	Reliabel
4.	X4	0,863	0,600	Reliabel
5.	Y	0,847	0,600	Reliabel

Sumber: Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 25 (2023)

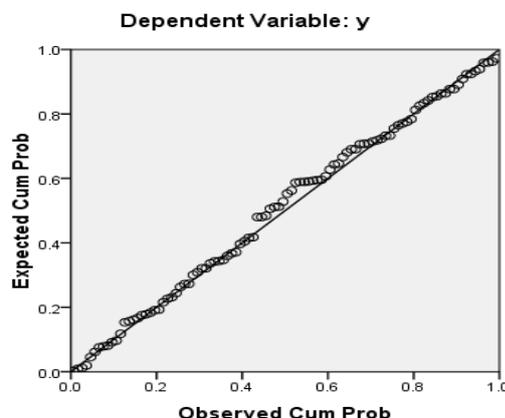
Pernyataan yang divalidasi terhadap Tabel 3 di atas pada pemeriksaan reliabilitas. Suatu variabel dikatakan dapat dipercaya apabila jawaban kalimat tersebut bersifat tetap. Hasil koefisien reliabilitas x1 ialah $r_{11} = 0,806$, x2 adalah $r_{11} = 0,850$, x3 adalah $r_{11} = 0,788$, x4 adalah $r_{11} = 0,863$ dan Y adalah $r_{11} = 0,847$ ternyata nilai Cronbach 60 lebih besar dari nilai Cronbach. Artinya enam perangkat sudah terbukti handal atau sudah memenuhi persyaratan.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan agar memverifikasi berdistribusi normal tidaknya model regresi. Model regresi yang baik ialah tidak mendekati normal. Normalitas diidentifikasi dengan analisis grafis sebagai upaya sederhana untuk melihat bahwa residual normal ialah dengan menilik plot histogram, yang menganalogikan data yang diamati dengan distribusi yang mendekati normal. Gambar di bawah menyatakan bahwa uji normalitas nasabah yang menentukan minat nasabah terhadap tabungan Sikoci Mudharabah:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1. Uji Normalitas

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2023

Berlandaskan uji normalitas empat variabel pada Gambar 1 terlihat titik-titik pada plot-plot menjejak garis diagonal dari bawah ke kanan, oleh karenanya dapat disimpulkan bahwa keenam variabel yang dikaji masih dalam pengujian.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan mengkaji ada tidaknya korelasi model regresi antara variabel bebas (independen). Apabila variabel independen memiliki korelasi satu sama lain, variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal ialah variabel independen mempunyai nilai korelasi nol antara variabel independen. Adanya multikolinearitas pada model regresi terlihat dari nilai toleransi dan ekuivalennya yaitu variabel faktor inflasi (VIF).

Tabel 4 menunjukkan jika model regresi minat nasabah Bank Syariah Nagar terhadap tabungan Sikoci-Mudharabah dinyatakan multikolinier jika nilai toleransi kurang dari 1 dan nilai VIF signifikan di bawah 10 artinya tidak adanya model multikolinearitas. Hasil uji multikolinieritas terhadap aspek penentu minat nasabah terhadap tabungan Sikoci-Mudharabah Bank Syari'ah Indonesia disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
x1	.886	1.129
x2	.893	1.120
x3	.988	1.012
x4	.986	1.014

a. Dependent Variable: y

Sumber: Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 25 (2023)

c. Uji Determinan

Menurut tabel 5, nilai koefisien determinasi atau R-squared diketahui sebesar 0,178. Berdasarkan hasil yang diperoleh, variabel X1, x2, x3 dan x4 secara simultan (bersama-sama) berdampak pada variabel Y sebesar 17,8%. Selebihnya (100%-17,8% = 82%) terpengaruh oleh variabel yang tidak diperhitungkan. Koefisien determinasi (Adj. R2) berlandaskan hasil regresi menunjukkan besar variabel dependen:

Tabel 5. Hasil Uji Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 ^a	.178	.143	4.285

a. Predictors: (Constant), x4, x3, x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber: Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 25 (2023)

d. Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk menguji pengaruh variable bebas (X1, X2, X3, x4) apakah berpengaruh signifikan atau tidak terhadap (Y) di Bank Syariah Indonesia Yogyakarta, pada signifikan $\alpha = 5\%$ secara terpisah atau persial. Merujuk pada tabel 6 bisa disimpulkan bahwa aspek yang memberikan pengaruh adaptasi masyarakat dalam penggunaan mobile banking bank syariah Indonesia di Yogyakarta yaitu: Pada Hipotesis pertama pengkajian tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara X1 dan Y pada bank syariah Indonesia di Yogyakarta. Hasil pengolahan dan uji t menunjukkan hasil uji t variabel (X1) tidak signifikan yaitu sebesar 0,002. Apabila nilai signifikansi tersebut daripada dengan tingkat signifikansi ($\alpha=0,05$) pada pengkajian ini, terbukti bahwa ($0,002 < 0,05$). Dalam artian variabel x1

berpengaruh positif dan signifikan pada ketertarikan nasabah terhadap variabel y bank syariah di Yogyakarta.

Tabel 5. Hasil Uji T

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.064	.002
	x1	2.388	.000
	x2	2.940	.004
	x3	.781	.000
	x4	2.866	.004

a. Dependent Variable: y

a. Dependent Variable: y

Sumber: Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 25 (2023)

Hipotesis lain dari pengkajian ini ialah tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel (X2) terhadap variabel y. Hasil perlakuan dan uji t menunjukkan hasil uji t variabel pelayanan (X2) signifikan yaitu $H.0,004$. Apabila nilai signifikansi tersebut dibandingkan dengan tingkat signifikansi ($\alpha=0,05$) yang digunakan dalam penelitian ini, terbukti bahwa ($0,004 < 0,05$). Artinya variabel x2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel y.

Hipotesis ketiga dalam pengkajian ini adalah ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel (X3) terhadap variabel y. Hasil perlakuan dan uji t menunjukkan hasil uji t variabel (X3) signifikan dengan nilai total 0,000. Apabila nilai signifikansi tersebut dibandingkan dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$) yang digunakan dalam penelitian ini, terbukti bahwa ($0,000 < 0,05$). Artinya variabel x3 berdampak positif dan signifikan terhadap variabel y.

Adanya pengaruh positif dan substansial dari variabel (X4) terhadap variabel y pada hipotesis ketiga penelitian yang telah dilaksanakan. Hasil perlakuan dan uji t menunjukkan jika hasil uji t variabel (X4) signifikan dengan nilai total 0,000. Apabila nilai signifikansi tersebut dibandingkan dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$) yang diaplikasikan dalam pengkajian ini, terbukti bahwa ($0,000 < 0,05$). Artinya variabel x4 berdampak positif dan signifikan terhadap variabel y.

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dengan merujuk pada hasil kajian di atas, yaitu: Faktor layanan mempengaruhi adaptasi masyarakat pada pemakaian mobile banking bank syariah Indonesia. Faktor Informasi mempengaruhi adaptasi masyarakat pada pemakaian mobile banking bank syariah Indonesia. Faktor interaksi mempengaruhi adaptasi masyarakat pada pemakaian mobile banking bank syariah Indonesia. Faktor komunikatif mempengaruhi adaptasi masyarakat pada pemakaian mobile banking bank syariah Indonesia.

Daftar Pustaka

- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.889>
- Andrianto. (2019). *Manajemen Bank (teori dan konsep bagi bank umum)*. CV Qiara Media.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2019). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II (II)*. Pustaka Pelajar.
- 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. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37>
- Darwin, C. (1859). *On the origin of species by means of natural selection, or preservation of favoured races in the struggle for life*. John Murray.
- Fahlevi, M. R. (2019). Strategi Adaptasi Masyarakat Kelurahan Mugirejo Kota Samarinda di Dalam Menghadapi Banjir. *EJournal Sosiatri-Sosiologi*, 7(1), 154-168. reza_fahlevy@gmail.com
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Universitas Diponegoro.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2018). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal STIE PGRI Dewantara Jombang*, 1(1), 145-159.
- Pinder, C. C. (2008). *Work Motivation in Organizational Behavior ((2nd ed.))*. Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781315734606>
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 170. <https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.892>

- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D. Alfabeta.
- Sukmawati, H., Farizal Rasyid, A., Rachma Kurniaputri, M., Agama Islam, F., Studi Ekonomi Syariah, P., Siliwangi, U., Studi Kajian Wilayah Timur, P., & sitasi, S. (2021). Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1845–1857. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3615>
- Supriatin, A., & Nasution, A. R. (2017). Multikulturalisme di Indonesia dan Pengaruhnya Bagi Masyarakat. *Elementary: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 3(1), 1.
- Yusuf, S. L. N., & Nurihsan, A. J. (2006). Landasan bimbingan & konseling / penulis,. Remaja Rosdakarya.