

PENGARUH FITUR, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN, DAN PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *DIGITAL BANKING* JENIUS PT. BANK TABUNGAN Pensiun NASIONAL

Dandy Kurnia

Universitas Gunadarma, dandykurnia@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fitur, kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi, terhadap keputusan penggunaan digital banking jenius PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional. Penelitian ini menggunakan sampel 96 responden nasabah digital banking jenius PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional dengan metode purposive sampling. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat bantu analisis yang digunakan adalah SPSS versi 25. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner online Google Form. Hasil analisa data menunjukkan bahwa semua variable bebas yang terdiri dari Fitur (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Keamanan (X_3), dan Promosi (X_4) berpengaruh baik secara parsial dan simultan terhadap Keputusan penggunaan (Y). Kata Kunci: Digital Banking, Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan ekonomi *digital*, memberikan dampak yang positif bagi masyarakat. Salah satunya adalah dampak di bidang perbankan. Tuntutan untuk memberikan kemudahan melakukan transaksi secara *digital* menuntut bank melakukan pengembangan dan inovasi guna memenuhi kebutuhan para nasabah. Hal tersebut telah diatur berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 yaitu tentang penyelenggaraan teknologi finansial. Kemajuan teknologi perbankan saat ini, telah membuat bank bergerak ke arah *digital banking*. *Digital banking* adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabahnya untuk melakukan seluruh kegiatannya melalui *smartphone*, mulai dari pembukaan rekening hingga transaksi lainnya. Penyelenggaraan *digital banking* telah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12/POJK.03/2018. Survey yang dilakukan oleh PWC pada tahun 2018 mengenai *Digital Banking in*

Indonesia pada tahun 2018, menghasilkan bahwa sebanyak 86% strategi bank di Indonesia ditujukan untuk layanan *mobile banking* berbasis aplikasi *smartphone*. Hal ini menunjukkan bahwa bank-bank di Indonesia fokus untuk memaksimalkan penggunaan teknologi *digital* berbasis internet dalam melayani masyarakat. Salah satu bank yang telah menerapkan layanan *digital banking* adalah PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk (BTPN) melalui aplikasi *digital* Jenius. PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk (BTPN) adalah bank devisa yang memfokuskan diri untuk melayani dan memberdayakan segmen masyarakat berpendapatan rendah yang terdiri dari para pensiunan, pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), serta komunitas prasejahtera produktif (mass market). Platform *digital banking* jenius diluncurkan pada bulan Agustus 2016. Jenius memiliki tiga *Unique Value Propositions* yaitu untuk membuat hidup lebih sederhana, mengelola keuangan penggunanya dengan lebih cerdas, dan memastikan keamanan

transaksi. Hal ini juga terbukti dengan Jenius meraih penghargaan *Best Digital Banking in Indonesia Country Award* 2018 dari Asian Banker.

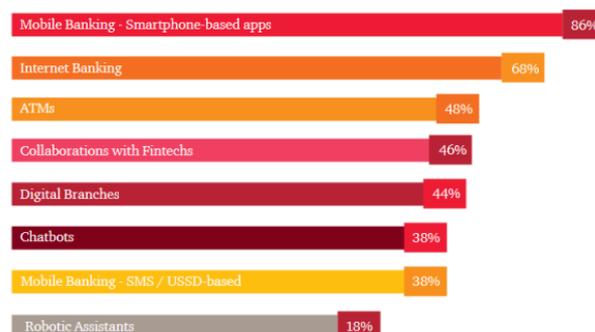
Untuk memenuhi kebutuhan nasabah, fitur yang terdapat dalam aplikasi *digital banking* menjadi salah satu hal yang harus di perhatikan. Fitur adalah perlengkapan untuk interaktivitas nasabah yang sangat penting karena menarik perhatian para nasabah didalam penyampaian jasa di *digital banking* (Ainscough dan Lockett, 1996).

Fitur yang lengkap juga harus disertai dengan kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan (Wibowo, 2006). Bisa dikatakan bahwa keputusan penggunaan merupakan suatu tolak ukur atas teknologi yang berlandaskan rasa percaya dan pengalaman yang pernah dirasakan sebagai pendukung dalam mengambil keputusan penggunaan. Kemudahan dalam hal ini juga dapat diartikan mudah dipelajari, mudah dipahami, dan *simple* dalam pengoperasiannya.

Keamanan adalah probabilitas subjektif dimana konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan, dan dimanipulasi selama transit dan penyimpanan oleh pihak-pihak yang tidak pantas dengan

cara yang sesuai dengan harapan mereka (Flavia'n dan Guinali'u, 2006). Dengan tingkat keamanan yang baik maka akan menumbuhkan rasa percaya pengguna karena konsumen merasa terjamin privasi mereka selalu terjaga sesuai harapan.

Seiring dengan perkembangan *digital banking* yang semakin pesat, kegiatan promosi pun dilakukan dengan semakin gencar. Promosi adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2002). Salah satu program promosi yang marak dilakukan misalnya dengan memberikan potongan harga untuk transaksi pembayaran tagihan (Listrik PLN, PAM, dll), memberikan point yang dapat ditukarkan dengan hadiah yang menarik, dan memberikan gratis biaya administrasi untuk transaksi dengan jumlah saldo minimal tertentu. Dengan menghadirkan fitur yang menarik dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah, mudah untuk digunakan, rasa aman, dan promosi yang menarik diharapkan dapat menarik nasabah untuk menggunakan layanan digital banking jenius.



Gambar 1 Persentase Strategi Digital Banking

METODE PENELITIAN

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah nasabah Digital Banking Jenius PT. BTPN yang telah satu tahun menjadi nasabah dan menggunakan aplikasi digital banking Jenius pada tahun 2019 di Jakarta.

Variabel yang Diteliti

Dalam penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas yaitu Fitur (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Keamanan (X_3), Dan Promosi (X_4). Satu variabel terikat yaitu Keputusan penggunaan (Y). variable yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert. Point Skala yang digunakan dimulai dari :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

4 = Setuju (S)

2 = Tidak Setuju (TS)

5 = Sangat Setuju (SS)

3 = Cukup Setuju (CS)

Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Digital Banking Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional yang telah satu tahun menjadi nasabah dan menggunakan aplikasi digital banking Jenius pada tahun 2019.

Sampel

Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan rumus dari Rao Purba sehingga menghasilkan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Responden merupakan nasabah Digital Banking Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional yang telah satu tahun menjadi nasabah dan menggunakan aplikasi digital banking Jenius pada tahun 2019. Jumlah 96 responden ini sudah mencukupi syarat kecukupan sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data / variable yang digunakan adalah dengan

menggunakan Kuesioner atau angket. Kuesioner terdiri dari daftar pertanyaan yang disampaikan kepada responden untuk dijawab secara online melalui google form.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, digunakan beberapa macam metode analisis data, yaitu sebagai berikut:

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Uji reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data yang telah dinyatakan lolos uji validitas dan reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

Syarat data agar dapat dianalisis dengan Analisis regresi linier berganda adalah dengan dilakukan Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Data yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan lolos pada uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013). Pengujian uji normalitas ini dengan melihat grafik histogram dan P-Plot yang dihasilkan dari program SPSS yang dipakai oleh peneliti. Dasar pengambilan keputusan

uji normalitas dengan grafik histogram dan P-Plot ini antara lain : 1.) Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya. 2.) Sebaliknya jika data dikatakan tidak berdistribusi normal jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya.

Uji Multikolenieritas

Uji multikolenieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolenieritas dapat terjadi karena variabel yang digunakan saling terkait dalam suatu model. Untuk mendeteksi terjadinya multikolenieritas bisa dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih besar dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pengujian menggunakan Grafik Plot dengan melihat nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Heteroskedastisitas tidak terjadi apabila titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak ada pola yang jelas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen (Ghozali, 2013). Metode analisis ini menggunakan program SPSS (Statistic Product and Service Solution) Versi 25. Adapun bentuk persamaannya yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji salah satu hipotesis di dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji T digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95.

- H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$
- H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai sig $< \alpha$

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Variabel fitur berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital banking* Jenius.

H2: Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital banking* Jenius.

H3: Variabel keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital banking* Jenius.

H4: Variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital banking* Jenius.

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui proporsi variabel dalam variabel independen yang dijelaskan oleh variabel independen secara bersama-sama dapat dilakukan dengan menggunakan uji analisis varians (uji F). Tujuannya adalah untuk menguji variabel independen manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel dependennya. Dengan derajat kebebasan tertentu, nilai F dapat menunjukkan nilai kemiringan yang sebenarnya dari model.

- H_0 diterima jika nilai $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$
- H_0 ditolak jika nilai $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ atau nilai sig $< \alpha$

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H5: Variable Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan *digital banking* Jenius.

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

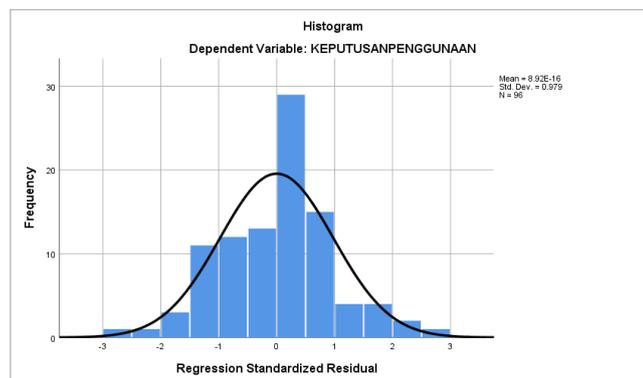
Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan (R²) adalah antara 0 dan 1 (Ghozali 2005 dalam Kharis, 2011). Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah Adjusted R Square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji penelitian dengan data 96 orang responden nasabah *digital banking* Jenius yang diuji dengan alat bantu analisis SPSS 25 menghasilkan data sebagai berikut:

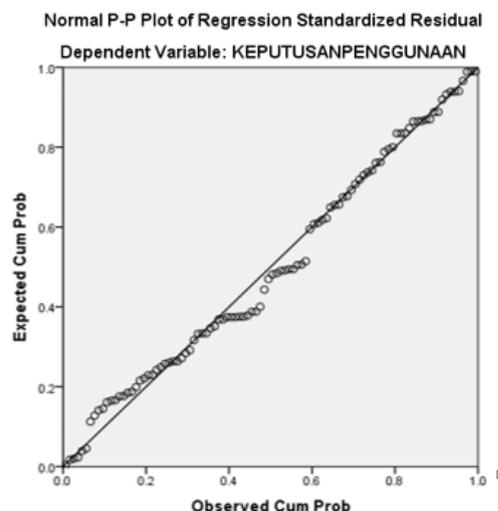
Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan grafik histogram pada Gambar 2, dapat disimpulkan bahwa data pada pengujian ini berdistribusi normal karena pada grafik histogram data mengikuti garis berbentuk lonceng.



Gambar 2 Histogram Uji Normalitas

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25 (2019)



Gambar 3. P-Plot Uji Normalitas

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25 (2019)

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan P-Plot, diketahui bahwa data dari pengujian ini berdistribusi normal karena pada P-Plot data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dari

kedua uji diatas dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

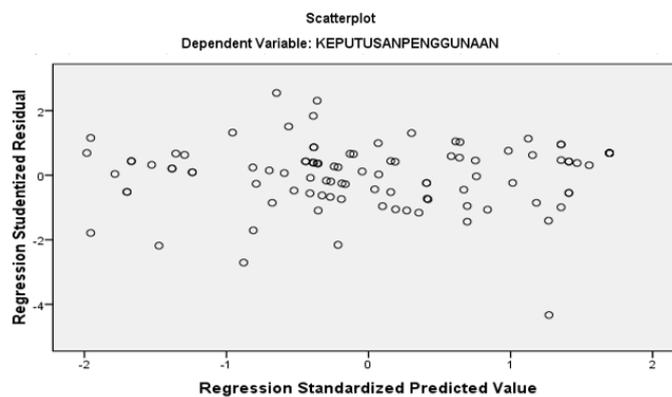
Uji Multikolenieritas

Tabel 1.
Uji Multikolenieritas

Model		Unstandardize d		Standardize d		T	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta	Toleranc e			
1	(Constant)	.286	.317			.902	.369	
	FITUR	.170	.079	.221		2.156	.034	.393
	KEMUDAHA N	.282	.092	.259		3.073	.003	.583
	KEAMANAN	.171	.080	.199		2.140	.035	.479
	PROMOSI	.281	.080	.295		3.524	.001	.592

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25 (2019)



Gambar 4 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25 (2019)

Tabel 2.
Hasil Uji T

Variabel bebas	t	Sig	Keterangan	Hasil hipotesis
Fitur	2.156	0.034	Signifikan	Terbukti
Kemudahan	3.073	0.003	Signifikan	Terbukti
Keamanan	2.14	0.035	Signifikan	Terbukti
Promosi	3.524	0.001	Signifikan	Terbukti

Tabel 3.
Hasil Uji F

Model	Sum of squares	df	Mean square	Sig.
Regression	34.753	4	8.688	.000
Residual	21.08	91	0.232	
Total	55.833	95		

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25 (2019)

Tabel 4.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R. square	Adjusted square	R std. Error of the estimate
1	.789a	0.622	0.606	0.481

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25 (2019)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF > 10 dan nilai tolerance yang < 0,1 atau 10% yang berarti dapat bahwa tidak terjadi korelasi antara variabel yang lebih bebas yang nilainya lebih besar dari 95%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan uji heteroskedastisitas antara variabel bebas (ZPRED) dengan variabel terikat (SRESID). Terlihat pada grafik scatterplot bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar dengan baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan dari hasil uji regresi linier berganda dengan alat bantu analisis SPSS versi 25 terhadap data 96 responden nasabah *digital banking* Jenius PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional di Jakarta diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.268 + 0.17 X_1 + 0.282 X_2 + 0.171 X_3 + 0.281 X_4$$

Keterangan:

Y= Keputusan penggunaan

X_1 = Fitur, X_2 = Kemudahan Penggunaan, X_3 = Keamanan, X_4 = Promosi

Persamaan regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Konstanta (a) = 0.268 menunjukkan bahwa jika variabel bebas yang terdiri dari fitur, kemudahan penggunaan, Keamanan, dan promosi = 0, maka keputusan penggunaan *digital banking* Jenius adalah sebesar 0.268.
2. Nilai 0,17 X_1 menunjukkan jika variabel (X_1) meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan penggunaan sebesar 0,17. Dapat disimpulkan semakin baik fitur yang ditawarkan, maka akan mengakibatkan semakin tinggi pula tingkat keputusan penggunaan *digital banking* Jenius.
3. Nilai 0,282 X_2 menunjukkan jika variabel (X_2) meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan penggunaan naik sebesar 0,282. Dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan yang baik akan semakin menarik minat nasabah untuk mengambil keputusan penggunaan *digital banking* Jenius. Faktor kemudahan terbukti menjadi salah satu faktor yang sangat berperan dalam meningkatkan keputusan penggunaan *digital banking* Jenius.
4. Nilai 0,171 X_3 menunjukkan jika variabel (X_3) meningkat sebesar 1 satuan, maka meningkatkan

keputusan penggunaan sebesar 0,171. Dalam kondisi ini dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat keamanan, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan penggunaan *digital banking* Jenius. Dengan tingkat keamanan yang baik dapat meyakinkan konsumen ketika sedang melakukan transaksi, sehingga dapat meningkatkan keputusan penggunaan *digital banking* Jenius.

5. Nilai 0,281 X_4 menunjukkan jika variabel (X_4) meningkat sebesar 1 satuan, maka meningkatkan keputusan penggunaan sebesar 0,281. Dalam kondisi ini dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat promosi, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan penggunaan *digital banking* Jenius. Promosi yang dilakukan terbukti dapat meningkatkan keputusan penggunaan *digital banking* Jenius.

Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Berdasarkan tabel 2, dapat disimpulkan bahwa semua variable bebas yang terdiri dari Fitur (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Keamanan (X_3), dan Promosi (X_4) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan penggunaan (Y). variabel fitur berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Pengaruh tersebut menandakan bahwa fitur – fitur yang ditawarkan *digital banking* Jenius seperti, e-wallet center, send it, save it, Split bill, dll menjadi faktor utama nasabah memutuskan untuk menggunakan *digital banking* Jenius.

Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Dapat dikatakan bahwa aplikasi jenius yang digunakan nasabah cukup mudah dipahami dan dioperasikan. Nasabah beranggapan aplikasi hadir dengan informasi yang baik dan mudah dipahami, tampilan yang menarik, dan *user friendly*.

Variabel keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Pengaruh ini dapat disebabkan oleh indikator privasi yang terjaga dan nasabah tidak merasa khawatir menaruh dana atau tabungannya pada *digital banking* jenius. Nasabah merasa yakin terhadap keamanan *digital banking* jenius. Hal ini berarti faktor keamanan menjadi salah satu faktor penting nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan *digital banking* Jenius.

Variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Promosi yang telah dilakukan terbukti dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *digital banking* Jenius. Indikator selalu memberikan notifikasi promosi yang ditawarkan, memberikan free biaya administrasi untuk transaksi, potongan biaya untuk tagihan, dan kejelasan informasi promosi terbukti mampu menarik perhatian nasabah untuk selalu menggunakan *digital banking* Jenius pada tiap kebutuhan transaksi.

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 3, tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variable bebas yang terdiri dari Fitur (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Keamanan (X_3), dan Promosi (X_4) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan penggunaan (Y).

Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0.606. Artinya variable Fitur (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Keamanan (X_3), dan Promosi (X_4) mampu menjelaskan variasi perubahan variabel terikat yaitu Keputusan penggunaan (Y) sebesar 60.6%. Sisanya sebesar 39.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil output dan analisis, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel fitur, kemudahan, keamanan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital banking* Jenius. Variabel fitur, kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi juga berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan penggunaan *digital banking* Jenius. Faktor kemudahan penggunaan menjadi faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital banking* Jenius. Aplikasi yang cukup mudah dipahami, dioperasikan, tampilan yang menarik, dan *user friendly* terbukti dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan *digital banking* Jenius.

Beberapa saran yang diajukan untuk penelitian selanjutnya dari penelitian ini yang pertama, untuk penelitian mendatang dapat menambahkan variabel lain yang dapat mendukung keputusan penggunaan seperti variabel *social image*, kepercayaan, persepsi risiko, dll agar hasil penelitian dapat lebih komprehensif. Kedua, Objek penelitian pada penelitian mendatang dapat di perluas tidak hanya pada satu digital bank saja, tetapi dapat membandingkan dua atau lebih digital bank lain. Ketiga, pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan alat analisis yang lain seperti analisis faktor, SEM, dll agar dapat menghasilkan penelitian yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ada banyak program istimewa Yang Jenius persiapkan buatmu! (n.d.). Retrieved from <https://www.jenius.com/program>

Ainscough, T. L. (1996). The internet for the rest of us: Marketing on the World Wide Web. *Journal of Consumer Marketing*, 13(2), 36-47. doi:10.1108/07363769610115393.

- Barkhordari, M., Nourollah, Z., Mashayekhi, H., Mashayekhi, Y., & Ahangar, M. S. (2016). Factors influencing adoption of E-paymEnt systems: An empirical study on Iranian customers. *Information Systems and e-Business Management*, 15(1), 89-116. doi:10.1007/s10257-016-0311-1
- Flavián, C., & Guinalú, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601-620. doi:10.1108/02635570610666403
- Flavián, C., Guinalú, M., & Gurrea, R. (2006). The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty. *Information & Management*, 43(1), 1-14. doi:10.1016/j.im.2005.01.002
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono. (2006). *Statistik untuk penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Jenius - Inovasi digital banking Di Indonesia : BTPN. (n.d.). Retrieved from <https://www.btpn.com/id/tentang-kami/segmen-usaha/jenius>
- Kharis, Ismu Fadli. (2011). *Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*. Universitas Diponegoro , Semarang, Indonesia.
- Pambudi, Bambang Setiyo. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan, Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, 8(01).
- Pranidana, Sauca Ananda. (2011). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah*

- Bank BCA untuk Menggunakan Klik-BCA*. Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia.
- PricewaterhouseCoopers. (n.d.). Survei PwC Indonesia: Perbankan digital Di Indonesia 2018 “Strategi digital sebagai strategi perusahaan”. Retrieved from <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/press-release/2018/indonesian/perbankan-digital-indonesia-survei-2018.html>
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salmeba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Statistik untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (1997). *Metode riset aplikasinya dalam pemasaran* (6th ed.).
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wibowo. (2006). *Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia.