

“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEAMANAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING MUAMALAT DIN (DIGITAL ISLAMIC NETWORK)”.

(Studi Kasus Pada PT Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kota Madiun)

Nado Amanda Rohman¹⁾, Rizal Ula Ananta Fauzi²⁾

¹⁾Universitas PGRI Madiun

nadoarohman@gmail.com

²⁾Universitas PGRI Madiun

rizalula@unipma.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of perceived benefits, perceived security and perceived convenience on the intention to use DIN muamalat mobile banking at Bank MuamalatMadiun City. The research was conducted using quantitative analysis techniques and consisted of several initial research hypotheses. The population in this study were Bank MuamalatMadiun City customers who had not used the M-DIN mobile banking application. The research was conducted using a purposive sampling technique. Based on the sampling technique, 400 samples were determined as research respondents. The type of data used is primary data by using a questionnaire and utilizing multiple linear regression analysis to determine the effect between the independent variables and the dependent variable. The results of this study indicate that perceived benefits, perceived security and perceived convenience have a positive and significant effect on the intention to use muamalat DIN mobile banking.

Keywords: *Perceived Benefit, Perceived Safety, Perceived Convenience, Interest in Using*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi keamanan dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking muamalat DIN pada Bank Muamalat Kota Madiun. Penelitian yang dilakukan menggunakan teknik analisis kuantitatif dan terdiri dari beberapa hipotesis awal penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank muamalat Kota Madiun yang belum menggunakan aplikasi mobile banking M-DIN penelitian dilakukan menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan teknik sampel tersebut ditentukan 400 sampel sebagai responden penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuisioner serta memanfaatkan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi keamanan dan persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking muamalat DIN.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Minat Menggunakan

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat mengakibatkan untuk bisa menjadi lebih cepat, lebih sederhana, lebih fleksibel dan lebih

efisien dalam segala aspek kehidupan manusia. Selain itu teknologi informasi pada era sekarang ini juga mendukung keberhasilan operasional industri perbankan. Industri perbankan membutuhkan teknologi yang handal dan sistem informasi yang mudah diakses. Dengan demikian sudah dipastikan bahwa perbankan sangat memerlukan dukungan dari teknologi informasi. Teknologi informasi berperan sangat penting bagi lembaga perbankan untuk kepentingan nasabah (Zuhirsyan & Nurlinda, 2021). Menurut Kristiani et al., (2017) dalam penelitiannya ia mengatakan bahwa kebutuhan akan sistem informasi dalam sektor perbankan tidak hanya terjadi dalam internal bank itu sendiri, tetapi kaitanya dengan pihak eksternal bank, yaitu para nasabah. Sektor perbankan saat ini harus memudahkan mereka dalam mengakses informasi dan melakukan transaksi.

Bank Syariah di Indonesia menjadi salah satu bank yang perkembangannya cukup pesat karena masyarakat Indonesia sadar bahwa transaksi yang dilakukan pada bank konvensional terdapat unsur haram, sehingga banyak masyarakat yang mulai berpaling pada bank syariah karena sudah diketahui bahwa sistem bagi hasil serta prinsip-prinsip menggunakan sistem syariah. Bank syariah melihat bahwa dengan memanfaatkan teknologi sekarang ini dapat memberikan efektifitas serta pelayanan yang baik bagi nasabah seperti dalam pelayanan jasa, aspek kemudahan dan keamanan. Nasabah tentunya membutuhkan pelayanan yang cepat, nyaman, aman, serta bisa diakses dimana saja dan kapan saja (Tarigan, 2021).

Nasabah Bank Muamalat KCP Kota Madiun pada tahun ke tahun terus bertambah. Dengan jumlah nasabah yang hampir 2.000 yang menggunakan *mobile banking* muamalat DIN ini hanya 40% atau setara dengan 800 nasabah dan yang tidak menggunakan aplikasi *mobile banking* muamalat DIN ini 60% atau setara dengan 1.200 nasabah. Berarti secara garis besar nasabah belum mempunyai minat untuk menggunakan layanan aplikasi *mobile banking* muamalat DIN. Menurut Mario (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa keinginan (minat) perilaku individual untuk menggunakan suatu sistem ditentukan oleh dua keyakinan, yaitu: manfaat yang dirasakan, yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang menyakini bahwa menggunakan suatu teknologi akan bermanfaat untuk dirinya dan kemudahan menggunakan, diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tidak diperlukan usaha apapun. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah untuk bertransaksi menggunakan pembayaran non tunai atau disebut *cashless society*, yaitu persepsi kemudahan dan persepsi keamanan.

Menurut Jogiyanto (2007), persepsi kemudahan adalah seseorang yang percaya bahwa terhadap penggunaan teknologi akan memudahkan penggunaannya. Jika seseorang yang berfikir bahwa sistem teknologi itu mudah digunakan, dipahami dan dipelajari maka akan memutuskan untuk menggunakannya. Ada banyak faktor yang menjadi perhatian nasabah dalam melakukan minat menggunakan aplikasi *mobile banking*, seperti persepsi keamanan, kepercayaan dan kemudahan. Menurut Wibowo (2015), minat nasabah menggunakan aplikasi

mobile banking sendiri dapat dipengaruhi oleh banyak hal, baik secara *internal* maupun *eksternal*. Faktor *internal* meliputi: keingintahuan, motivasi dan kebutuhan. Sementara faktor *eksternal* meliputi dorongan. Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat seseorang, maka peneliti menunjukkan batasan dalam penelitian yang dilakukan. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah variabel persepsi manfaat, persepsi keamanan dan persepsi kemudahan yang akan mempengaruhi variabel minat untuk menggunakan.

Persepsi manfaat adalah sebuah kepercayaan seseorang mengenai adanya manfaat yang muncul akibat menggunakan sebuah teknologi. Davis (1989) memaparkan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) sebagai suatu level dimana individu yakin bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu dapat memudahkan pekerjaan. Penggunaan *mobile banking* banyak memberikan manfaat dan keuntungan tersendiri bagi nasabah dan pihak bank, salah satu manfaat dan keuntungan bagi nasabah yaitu memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi perbankan, sedangkan bagi pihak bank manfaat dan keuntungannya adalah adanya *mobile banking* dapat menjadi solusi mudah untuk mengembangkan infrastruktur daripada harus membuka outlet ATM.

Persepsi keamanan adalah persepsi nasabah tentang kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap penggunaan atau pengumuman yang tidak berwenang (Wijanarko, 2009). Sehingga nasabah akan merasa bahwa kerahasiaan data-data pribadinya terjamin saat bertransaksi melalui *mobile banking*. Keamanan data adalah hal yang paling penting diperhatikan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam transaksi *online*, resiko hilangnya kerahasiaan adalah faktor signifikan yang mempengaruhi kepercayaan dan penggunaan. Sudah banyaak survey yang menemukan adanya kekhawatiran yang tinggi dari nasabah tentang kerahasiaan data-data pribadi mereka saat bertransaksi secara *online* (Maharsi & Fenny, 2006). Kekhawatiran utama bagi pengguna *mobile banking* adalah kurangnya pengendalian data-data yang kita miliki.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu Wulandari et al., (2017) membuktikan bahwa sebuah sistem dibuat untuk memberikan kemudahan bukan untuk mempersulit penggunaannya, dengan demikian seseorang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan secara manual. Sehingga adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, serupa dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Bagastia (2019). Sejalan penelitian yang dilakukan oleh Hermawan et al., (2020) dan penelitian yang dilakukan oleh Adiwijaya (2018), menunjukkan variabel kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* Bank BRI. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurdin (2019) dalam jurnal penelitiannya menunjukkan bahwa hasil yang berbeda, dimana salah satu variabel dalam penelitiannya yaitu variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Persepsi Manfaat

Menurut Proteous & Wishart (2015) manfaat pada suatu produk ataupun suatu layanan dapat dipakai dimana saja oleh karena itu terjadilah efektivitas suatu layanan, menghemat waktu dalam menggunakan dan ada rasa nyaman yang telah diperoleh nasabah. Adapun persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) yaitu yang berpacu kepada keberadaan seseorang yang percaya jika memakai suatu teknologi atau inovasi tertentu akan menaikkan performa kerjanya (Stefanie, 2020).

Persepsi Keamanan

Aspek keamanan merupakan hal penting dalam sebuah sistem informasi. Namun akan menjadi masalah besar jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Menurut Rahardjo (2005:2) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Menurut Yousafzai et al., dalam Lallmahamood (2007) dalam konteks *internet banking*, ancaman keamanan adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah kerekening dengan cara otentikasi palsu.

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) merupakan faktor yang terpenting dalam menentukan apakah pengguna teknologi mengadopsi dan apakah mereka benar-benar menggunakan suatu teknologi yang baru saja diajukan. Menurut Adzima & Ariyanti (2018) persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) adalah tingkat dimana seseorang mempercayai jika penggunaan sebuah teknologi tertentu dapat bebas dari usaha. Menurut Adiwijaya (2018) menyatakan bahwa persepsi kemudahan adalah sebagai ukuran dimana seseorang yakin bahwa komputer mudah dipahami dan digunakan.

Minat Menggunakan

Niat terlihat dari keinginan untuk mencoba dan upaya yang diperlukan untuk mencapai perilaku tertentu. Niat perilaku (*Behavioral Intention*) adalah ukuran seseorang untuk menggunakan teknologi terbaru. Jika seseorang mempunyai sikap positif dalam menggunakan teknologi baru maka kemauan untuk menggunakan teknologi itu juga akan lebih banyak Ramadhan et al., (2018). Sedangkan menurut Jogiyanto (2009) minat perilaku adalah keinginan berasal dari seseorang untuk melakukan perilaku tertentu yang berarti minat dari seseorang untuk melakukan suatu perilaku itu melalui dari sikapnya kepada perilakunya

dan bagaimana orang tersebut berfikir jika orang lain juga akan menilainya orang itu melakukan perilaku tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada PT Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kota Madiun di Jalan Kolonel Marhadi Nomor 20, Pangongangan, Kec.Manguharjo, Kota Madiun. Jenis penelitian yang dipakai penelitian kuantitatif berupa pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian untuk meneliti populasi atau sampel dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ada. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Bank Muamalat KCP Madiun yang belum menggunakan *mobile banking* Muamalat DIN. Dengan jumlah nasabah yang belum menggunakan *mobile banking* 1.200 nasabah. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 400 responden. Variabel dalam penelitian ini variabel independen adalah Persepsi manfaat(X1), Persepsi Keamanan (X2) dan Persepsi kemudahan(X3). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Minat Menggunakan (Y).

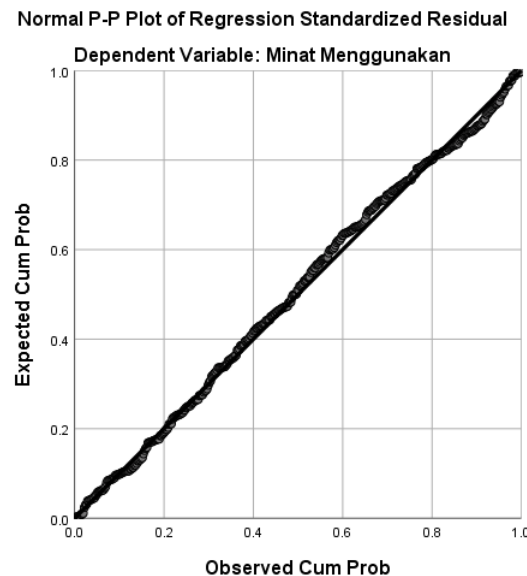
HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Bank Muamalat KCP Madiun yang belum menggunakan *mobile banking* Muamalat DIN. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* dalam penentuan sampelnya. Jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini menggunakan rumus slovin sehingga hasil yang digunakan sebanyak 400 responden. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data menggunakan kuesioner dengan *google form* yang kemudian disebar kepada responden. Karakteristik dari pengumpulan data pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan.

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, model independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Oleh karena data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian ini adalah data yang memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal, maka dapat dilakukan dengan metode *Probability Plot*. *Probability Plot* digunakan dengan melihat perbandingan distribusi kumulatif yaitu plotting data residual dan distribusi normal yang membentuk garis lurus diagonal. Apabila arah garis mengikuti diagonal/grafik histogramnya, maka dapat dinyatakan data terdistribusi normal dan jika hasil data menyebar dan menjauhi grafik histogram/garis diagonal maka dapat dikatakan data tidak terdistribusi normal.



Hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *Probability Plot*, yang menunjukkan bahwa plotting data residual mengikuti garis lurus diagonal/grafik histogramnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji memiliki distribusi normal.

Uji Parsial (Uji T)

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui variabel independen secara parsial terhadap variabel dependent, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Apabila hasil uji t lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen (X) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y). Berikut *output* uji t dalam penelitian ini:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,235	0,398		3.102	0,002
Persepsi Manfaat (X1)	0.222	0,019	0,327	11.779	0,000
Persepsi Keamanan (X2)	0,275	0,018	0,405	14.970	0,000
Persepsi kemudahan (X3)	0,226	0,018	0,342	12.388	0,000
a. Dependent Variable: Minat menggunakan <i>mobile banking</i> Muamalat DIN					

Sumber: Output SPSS, 2023

Uji pengaruh parsial (Uji T) digunakan untuk mengetahui apakah variabel persepsi manfaat, persepsi keamanan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* muamalat DIN. Hasil uji t dari pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan hasil pengujian persepsi manfaat (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan, dengan nilai hitung sebesar 11,779 kemudian

pada nilai t_{tabel} dengan distribusi 5% (0.05) yaitu sebesar 1,965 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) dan nilai signifikansi 0,000 dengan probabilitas $0,000 < 0,1$. Persepsi keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dengan nilai t_{hitung} sebesar 14,970 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,965 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,1$. persepsi keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, dengannya t_{hitung} sebesar 12,388 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,965 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,1$

Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi ini untuk mengetahui presentase variabel independen (Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kemudahan) secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel *dependent* (Minat menggunakan *mobile banking* Muamalat DIN). Berikut merupakan output Adjusted R2 hasil pengolahan data melalui SPSS.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,908 ^a	0,825	0,823	1,601
a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan,				

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) dengan *output* SPSS dalam *Model Summary*, yang menunjukkan bahwa Nilai dari *Adjusted Rsquare* adalah sebesar 0,823 atau 82,3%. Hal ini berarti 82,3% dari variabel dependen (Minat menggunakan *mobile banking* Muamalat DIN) dapat dijelaskan oleh 3 variabel independen (Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kemudahan). Sementara sisanya sebesar 17,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, dikarenakan *mobile banking* muamalat DIN memiliki kemudahan, kecepatan dan keuntungan yang tinggi dalam bertransaksi serta meningkatkan efisiensi bagi penggunaannya. Persepsi manfaat ini sebagai anggapan atau persepsi bahwa teknologi dapat menunjang pekerjaan yang dilakukan agar lebih produktif, sehingga minat konsumen semakin besar dalam menggunakan teknologi. Seperti penggunaan *mobile banking* yang dapat langsung dirasakan oleh nasabah karena memberikan dampak yang positif dalam penggunaannya sehingga memberikan manfaat. Persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, dikarenakan tingginya jaminan keamanan teknologi informasi dan kerahasiaan data nasabah agar tidak tersebar kepada pihak yang tidak berwenang. Data nasabah harus

dilindungi dan bersifat rahasia itu merupakan hal yang paling penting yang harus dilindungi dengan tingkat keamanan yang terjamin. Keamanan data yang terdapat dalam *mobile banking* dapat menghindari saldo nominal dan pencurian data nasabah serta menghindari manipulasi data. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, hal ini dikarenakan dalam mengoperasikan *mobile banking* sangatlah mudah dan sangat *fleksibel* dalam proses transaksi. Kemudahan penggunaan ini didukung oleh fitur yang tersedia mudah untuk dimengerti, intruksi juga sangat jelas difahami. Sehingga penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan keterampilan dan juga memudahkan dalam penggunaan teknologi dalam bertransaksi.

SARAN

Bagi pihak bank, penulis berharap untuk dapat lebih meningkatkan jaringan atau server *mobile banking* agar tidak terjadi eror dengan begitu nasabah dapat dengan nyaman melakukan transaksi menggunakan layanan *mobile banking* dan bagi nasabah untuk tetap berhati-hati dalam melakukan transaksi dan menjaga kerahasiaan password atau pin *mobile banking* karena tidak semua menjadi tanggung jawab dari pihak bank. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang minat menggunakan *mobile banking* diharapkan untuk memperhatikan faktor-faktor atau variabel lain contohnya variabel kepercayaan dan fitur pelayanan yang lebih mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* dan memberikan manfaat yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi serta dikembangkan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, I. G. B. P. (2018). Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(3), 135–153.
- Adzima, F., & Ariyanti, M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking Pada Nasabah Bank Bri Purwakarta Analysis of Factors Influencing Interest in Using Mobile Banking Application on the Customer Bank Bri Purwakarta. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1584–1592.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Handayani, S. D. (2020). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating*.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hermanto, Apriansyah, R., Fikri, K., & Albetris. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Journal of Economics and Business*, 3(2), 171–176. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v3i2.78>
- Jogiyanto. (2009). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lallmahamood, M. (2007). An Examination of Individual's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of this on their Intention to Use E-commerce: Using an Extension of the Technology Acceptance Model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 12(3), 1–26.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4, 341–370.
- Laudon. (2012). *Management Information Systems - Managing The Digital Firm 12th Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Mukminin, M. A., & Latifah, F. N. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo). *Islamic Banking and Finance Journal*, 4(1).
- Pahlawan, M. R., Laba, A. R., Pakki, E., Hardiyono, & Nurlia. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar. *Journal of Business Administration*, 3(2), 228–244.
- Putra, M. C. S. D., & Ekawati, N. W. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1674–1700.
- Rahardjo, B. (2005). *Laporan Keuangan Perusahaan, seri membaca, memahami, menganalisis*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Ramadhan, D. S., Anshori, A., Iswati, S., & Herianingrum, S. (2018). Analysis of The Disclosure of Greenhouse Gas Emissions and Environmental Performance in Listed Firms at Jakarta Islamic Index (JII). *Proceedings of the 1st International Conference Postgraduate School Universitas Airlangga: "Implementation of Climate Change Agreement to Meet Sustainable Development Goals" (ICPSUAS 2017)*, 98(Icpsuas 2017), 36–40. <https://doi.org/10.2991/icpsuas-17.2018.9>
- Stefanie. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking di Bank Sinarmas Cabang Batam*. UP Batam.

Todaru, S. (2005). *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, Penerjeman : Haris Munandar. Jakarta : Erlangga.