



Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di PT. BNI Di Lubuk Alung

Indah Kasman

Program Studi Manajemen STIE “KBP”

Abstract The purpose of this study was to determine the effect of trust and risk on customer interest in using mobile banking at PT. BNI in Lubuk Alung partially or simultaneously. This type of research is quantitative. The sample used amounted to 89 people. Data collection techniques are observation, questionnaires and looking at the literature. Based on the results of the study, it was found that partially the trust variable had a positive and significant effect on customers' interest in using mobile banking at PT. BNI in Lubuk Alung with a $t_{count} (7.823) > t_{table} (1.662)$ and a significant value of $0.000 < 0.05$ and risk has a negative and significant effect on customers' interest in using mobile banking at PT. BNI in Lubuk Alung with a $t_{count} (-2.172) < t_{table} (1.662)$ and a significant value of $0.033 < 0.05$. Trust and risk variables simultaneously have a positive and significant effect on customers' interest in using mobile banking at PT. BNI in Lubuk Alung with $F_{count} (7.493) > F_{table} (3.10)$ and a significant value of $0.000 < 0.05$

Keywords: Trust, Risk and Customer Interest.

Abstrak Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di PT. BNI di Lubuk Alung secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 89 orang. Teknik pengumpulan data adalah observasi, angket dan tinjauan kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di PT. BNI di Lubuk Alung dengan nilai $t_{hitung} (7,823) > t_{tabel} (1,662)$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan risiko berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di PT. BNI di Lubuk Alung dengan nilai $t_{hitung} (-2,172) < t_{tabel} (1,662)$ dan nilai signifikan $0,033 < 0,05$. Variabel kepercayaan dan risiko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di PT. BNI di Lubuk Alung dengan nilai $F_{hitung} (7,493) > F_{tabel} (3,10)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$

Kata kunci: Kepercayaan, Risiko dan Minat Nasabah.

PENDAHULUAN

Kepercayaan bertransaksi didunia *online* sangat dibutuhkan dibandingkan *offline* karena dalam bertransaksi secara *online* khususnya bagi BNI terdapat informasi yang sensitif terkait dengan data diri nasabah seperti jumlah saldo serta dokumen penting lainnya yang ada pada nasabah (Cahyaningtyas & Witono, 2022). Faktor kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penerima *e-banking*, sehingga bank harus mengembangkan sikap positif untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap penerapan teknologi. Rahmah, et al (2022) menjelaskan bahwa kepercayaan terdapat pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Selanjutnya Cahyaningtyas & Witono (2022) menjelaskan juga menemukan hasil yang sama yaitu kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Afghani & Yulianti (2017) menjelaskan ketika bank mampu memberikan keamanan bagi nasabah mereka, mereka mendapatkan kepercayaan mereka sehingga dapat menentukan keputusan nasabah untuk menggunakan sistem tersebut. *Mobile Banking* BNI di Lubung Alung terkendala dalam bertransaksi seperti sering eror, informasi yang kurang valid disampaikan

Received: 12 Mei 2023, Revised: 20 Juni 2023, Accepted: 21 Juli 2023

Indah Kasman

oleh nontifikasi, contohnya nontifikasi memberikan informasi transaksi tidak berhasil padahal saldo telah di debet.

Tingkat risiko menjadi faktor penting nasabah dalam melakukan transaksi secara *online*, karena persepsi risiko yang tinggi akan membuat nasabah kurang dalam pemanfaatan *e-banking*. Risiko yang akan dialami nasabah *e-banking* salah satunya adalah *hacker* atau penyalahgunaan rekening nasabah (Cahyaningtyas & Witono, 2022). Rahmah, et al (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif antara persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Sedangkan penelitian Cahyaningtyas & Witono (2022) menjelaskan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Risiko yang dihadapi nasabah ketika melakukan transaksi secara *online* khususnya pada *Mobile Banking* adalah *fishing*, *malware*, *typosite*, dan *keylogger* (Shinhan.co.id, 2020).

Marisa (2020), minat nasabah adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Jadi minat nasabah adalah dorongan dari psikis individu untuk melakukan sesuatu atau menggunakan tanpa dorongan dari pihak lain. Target pengguna layanan *Mobile Banking* yang ingin dicapai akan sulit diperoleh apabila belum menemukan langkah yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengguna layanan (Afghani & Yulianti, 2017). Permasalahan yang dihadapi perbankan adalah rendahnya pengguna layanan *Mobile Banking*. Sebagian besar nasabah masih terikat dengan cara-cara konvensional dalam melakukan transaksi yaitu melalui ATM atau *Cash on Delivery* (COD) (Rahmah, et al (2022).

LANDASAN TEORI

Pemasaran

Kotler & Armstrong (2019), pemasaran adalah proses yang dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan nilai kepada pelanggan. Kotler & Keller (2017), konsep pemasaran AIDA terdiri dari *attention*, *interest*, *desire*, *action*.

Minat Nasabah

Agustina, et al (2018) minat menggunakan merupakan keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi yang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut. Widokarti & Priansa (2019), minat nasabah adalah pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai perasaan senang terhadap barang yang menimbulkan keinginan dan perasaan untuk membelinya yang dapat memberikan manfaat ketika memiliki produk tersebut.

Kepercayaan

Wang, et al (2015), kepercayaan merupakan keyakinan seorang pelanggan pada perusahaan karena memiliki kemampuan untuk melakukan aktivitas yang diharapkan. Kotler & Keller (2017), kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Rahmah, et al (2022) terdapat pengaruh positif antara persepsi kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Cahyaningtyas & Witono (2022) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah karena kepercayaan nasabah terhadap *ebanking* akan mempengaruhi minat bertransaksi.

Risiko

Menurut Theriady & Ginting (2015), risiko adalah kemungkinan akan terjadinya akibat buruk atau akibat yang merugikan, seperti kemungkinan kehilangan, kebakaran, dan sebagainya. Menurut Mentayani & Rusmanto (2019) risiko yaitu perkiraan nasabah dalam menderita kerugian yaitu terdiri dari besarnya risiko, keamanan transaksi, kebutuhan transaksi dan jaminan keamanan dari bank. Rahmah, et al (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif antara persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* diterima. Selanjutnya penelitian Cahyaningtyas & Witono (2022) menjelaskan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah nasabah *Mobile Banking* PT. BNI di Lubuk Alung. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan digitalisasi perbankan seperti internet banking, mobile banking dan SMS banking dengan jumlah 798 nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Sampel yang digunakan berjumlah 89 orang. Teknik analisa data menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisa deskriptif. Teknik analisa selanjutnya menggunakan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Setelah itu dilanjutkan uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis seperti uji F, uji t dan uji koefisien determinasi (R^2)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas pekerpercayaan, risiko dan minat nasabah, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X₁), Risiko (X₂) dan Minat Nasabah (Y)

No	Pernyataan	rhitung	r tabel	Keterangan
Kepercayaan (X₁)				
1	Pertanyaan 1	0,847	0,208	Valid
2	Pertanyaan 2	0,778	0,208	Valid
3	Pertanyaan 3	0,790	0,208	Valid
4	Pertanyaan 4	0,860	0,208	Valid
Risiko (X₂)				
1	Pertanyaan 1	0,680	0,208	Valid
2	Pertanyaan 2	0,773	0,208	Valid
3	Pertanyaan 3	0,854	0,208	Valid
4	Pertanyaan 4	0,815	0,208	Valid
Minat Nasabah (Y)				
1	Pertanyaan 1	0,836	0,208	Valid
2	Pertanyaan 2	0,873	0,208	Valid
3	Pertanyaan 3	0,783	0,208	Valid
4	Pertanyaan 4	0,845	0,208	Valid

Sumber: Hasil olahan data SPSS tahun 2023

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat dijelaskan bahwa variabel kepercayaan, risiko dan minat nasabah yang masing-masing variabelnya memiliki pernyataan sebanyak 4 (empat) item, semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid karena memiliki nilai rhitung > rtabel (0,208), sehingga semua item pernyataan kepercayaan, risiko dan minat nasabah dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 4.2

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standar	Keterangan
1.	Kepercayaan (X ₁)	0,921	0,60	Reliabel
2	Risiko (X ₂)	0,901	0,60	Reliabel
3.	Minat Nasabah (Y)	0,928	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil olahan data SPSS tahun 2023.

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat dijelaskan bahwa hasil uji realibilitas variabel kepercayaan, risiko dan minat nasabah memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60, sehingga semua variabel

tersebut dinyatakan reliabel atau handal, maka semua variabel tersebut dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan diketahui hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.45224814
	Absolute	.090
Most Extreme Differences	Positive	.041
	Negative	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.847
Asymp. Sig. (2-tailed)		.471

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olahan Data tahun 2023.

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa *Unstandardized Residual* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,847 dan nilai nilai signifikan 0,471. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan dan risiko berdistribusi dengan normal karena memiliki nilai signifikan $> 0,05$.

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

No.	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kepercayaan (X ₁)	0,936	1,069	Tidak Terjadi Masalah Multikolinieritas
2	Risiko (X ₂)	0,936	1,069	Tidak Terjadi Masalah Multikolinieritas

Sumber: Hasil Olahan Data tahun 2023.

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa nilai *Tolerance* besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kecil dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan dan risiko tidak mengalami masalah multikolinieritas.

Tabel 4.5
Hasil Uji Heteroskedatisitas

No.	Variabel	Sig	Keterangan
1	Kepercayaan (X ₁)	0.152	Tidak Terjadi Masalah Heteroskedatisitas
2	Risiko (X ₂)	0.191	Tidak Terjadi Masalah Heteroskedatisitas

Sumber: Hasil Olahan Data tahun 2023.

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai signifikan sebesar $0,151 > 0,05$ dan variabel risiko memiliki nilai signifikan sebesar $0,191 > 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedatisitas karena nilai signifikan yang dihasilkan $> 0,05$.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada penelitian bertujuan untuk meramalkan naik atau turunnya hubungan antar variabel bebas. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel. 4.6
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.899	1.549		3.162	.002
1 Kepercayaan	.698	.089	.667	7.823	.000
Risiko	-.192	.088	-.185	-2.172	.033

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Sumber: Hasil olahan data SPSS tahun 2023.

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

$$Y = 4,899 + 0,698 X_1 - 0,192 X_2 + e$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 4,899. Artinya tanpa variabel kepercayaan (X₁), dan risiko (X₂) atau (X₁, X₂ = 0), maka minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung sudah ada sebesar 4,899 satuan.
2. Koefisien regresi variabel kepercayaan (X₁), adalah 0,698, artinya jika variabel kepercayaan (X₁) meningkat sebesar 1 (satuan) dengan asumsi variabel risiko (X₂) adalah 0 (nol), maka minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung meningkat sebesar 0,698 satua atau 69,8%.

3. Koefisien regresi variabel risiko (X_1), adalah -0,192, artinya jika variabel risiko (X_1) menurun sebesar 1 (satuan) dengan asumsi variabel kepercayaan (X_2) adalah 0 (nol), maka minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung meningkat sebesar 0,192 satua atau 19,2%.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji t (Parsial)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel. 4.7
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.899	1.549		3.162	.002
1 Kepercayaan	.698	.089	.667	7.823	.000
Risiko	-.192	.088	-.185	-2.172	.033

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Sumber: Hasil olahan data SPSS tahun 2023.

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat dijelaskan bahwa variabel kepercayaan (X_1) memiliki nilai $t_{hitung} (7,823) > t_{tabel} df = n - k = 89 - 3 = 86$, maka nilai t_{tabel} nya adalah (1,662) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung, sehingga maka *Ho ditolak dan H₁ diterima*.

Variabel risiko (X_2) memiliki nilai $t_{hitung} (-2,172) < t_{tabel} df = n - k = 89 - 3 = 86$, maka nilai t_{tabel} nya adalah (1,662) dan nilai signifikan $0,033 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa risiko (X_2) berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung, sehingga maka *Ho ditolak dan H₂ diterima*.

Hasil Uji F (Simultan)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	746.855	2	373.427	30.621	.000 ^b
Residual	1048.786	86	12.195		
Total	1795.640	88			

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Risiko, Kepercayaan

Sumber: Hasil olahan data SPSS tahun 2023.

Berdasarkan Tabel 4.8, di atas dapat dijelaskan bahwa variabel kepercayaan (X_1), risiko (X_2) memiliki nilai $F_{hitung} (7,493) > F_{tabel}$ $df_1 = k - 1 (3 - 1 = 2)$, dan $df_2 = n - k (89 - 3 = 86)$, maka nilai F_{tabel} nya adalah 3,10 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan (X_1), risiko (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung, sehingga maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 ^a	.416	.402	3.492

a. Predictors: (Constant), Risiko, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Sumber: Hasil olahan data SPSS tahun 2023.

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi pada penelitian memiliki nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,402. Artinya, kemampuan variabel kepercayaan (X_1) dan risiko (X_2) menjelaskan minat nasabah sebesar 40,2% sedangkan sisanya 59,8% dijelaskan variabel lain yang tidak ikut dibahas pada penelitian ini seperti perasaan emosi, pengenalan masalah, mengumpulkan informasi, evaluasi dan pembelian (Swasta dan Irawan dalam Widokarti & Priansa, 2019).

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung. Hasil penelitian yang sama di dukung dengan penelitian Rahmah, et al (2022) terdapat pengaruh positif antara kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Selanjutnya Cahyaningtyas & Witono (2022) menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Hasil penelitian ini memberikan makna bahwa kepercayaan nasabah menggunakan *Mobile Banking* disebabkan karena aplikasi tersebut memiliki pengamanan yang cukup sehingga data nasabah terjaga dengan baik. Selain itu *Mobile Banking* juga didasari dengan hukum dan teknologi yang cukup untuk melindungi nasabahnya agar tidak terjadi penyalahgunaan data pribadi nasabah.

Pengaruh Risiko terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko (X_2) berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung. Hasil penelitian yang sama di dukung dengan penelitian Rahmah, et al (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif antara persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Sedangkan penelitian Cahyaningtyas & Witono (2022) menjelaskan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

Hasil penelitian ini memberikan makna bahwa nasabah *Mobile Banking* cukup setuju dengan kemungkinan terjadinya informasi pribadi nasabah diakses oleh pihak lain tanpa izin sehingga dapat merugikan nasabah secara finansial maupun non finansial. Nasabah juga merasakan kemungkinan terjadinya resiko dalam penggunaan *mobile banking* secara umum seperti *fishing*, *malware*, *typosite* dan *keylogger*. Kesalahan teknis juga dipersepsikan terjadi ketika menggunakan *mobile banking* seperti sedang melakukan *maintanance* sehingga aplikasi tersebut tidak bisa gunakan atau *error*, biasanya *maintenance* ini diberlakukan selama 24 jam.

Pengaruh Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa kepercayaan (X_1) dan risiko (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Cahyaningtyas & Witono (2022) menemukan bahwa kepercayaan dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *e-banking*. Selanjutnya penelitian Agustina, et al (2018) juga menemukan hal yang sama yaitu persepsi risiko dan

kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.

Hasil penelitian ini memberikan makna bahwa nasabah memiliki keinginan untuk menggunakan *mobile banking* dalam beberapa minggu ke depan karena didasari dengan pengalaman yang dimiliki selama menggunakan *mobile banking* sehingga nasabah memiliki keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Pengalaman yang cukup baik dirasakan oleh nasabah ketika menggunakan *mobile banking* maka ada keinginan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dalam beberapa minggu ke depan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung. Artinya semakin meningkat kepercayaan nasabah maka semakin meningkat minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung.
2. Variabel risiko (X_2) berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung. Artinya semakin menurun risiko nasabah maka semakin meningkat minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung.
3. Variabel kepercayaan (X_1) dan risiko (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung. Artinya semakin baik kepercayaan dan risiko maka semakin meningkat minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di PT. BNI di Lubuk Alung.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka sarannya adalah:

1. Kepercayaan
Perbankan perlu memperhatikan kekuatan hukum yang diberikan kepada nasabah agar perlindungan yang diberikan dapat memberikan manfaat nasabah.
2. Risiko
Perbankan perlu melakukan *maintenance* secara berkala agar keamanan sistem yang terdapat pada *mobile banking* tidak terbaca oleh orang lain. Selain itu sebagai orang

nasabah perlu merahasiakan ID pada password yang dimiliki supaya tidak disalahgunakan oleh orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Afghani, F. M., & Yulianti, E. (2017). Journal of Business and Banking Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, serta kesadaran nasabah terhadap adopsi e-banking di Bank BRI Surabaya. *M. Faqih Afghani, E. Yulianti, 6(1)*, 113–128. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1>.
- Agustina, R., Afriana, R. A., & Safrina, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 11(2)*, 255–268.
- Cahyaningtyas, A. W., & Witono, B. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan Lifestyle terhadap Minat dalam Menggunakan Layanan E-Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 10(1)*, 149–159.
- Haryanto, R. (2021). Manajemen Pemasaran Bank Syariah. In *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Vol. 53, Issue 9). Duta Media Publishing. <https://www.bni.co.id/id-id/>
- Indrasari, M. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Khedmatgozar, H. R., & Shahnazi, A. (2017). The role of dimensions of perceived risk in adoption of corporate internet banking by customers in Iran. *Electronic Commerce Research, 10(90)*, 1–24. <https://doi.org/10.1007/s10660-017-9253-z>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Maliyah, S. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Henan Putihrai Asset. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 1(1)*, 9–21. <https://www.neliti.com/publications/96732/pengaruh-citra-merek-kepercayaan-trust-dan-komitmen-terhadap-loyalitas-nasabah-p>
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor, 8(2)*, 139–152.
- Mentayani, I., & Rusmanto, R. (2019). Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9)*, 1689–1699.
- Patty, R. (2014). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Online Shop Grifabell. *Jurnal Administrasi Bisnis, 10(2)*, 112–129.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*. UNMUH Ponorogo Press. CV. Wade Group.
- Rahmah, F. K., Hartiyah, S., & Trihudiyatmanto, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah, 2(3)*, 97–109.
- Riduwan, & Sunarto, H. (2014). *Pengantar Statistik (Pendidikan, Sosial, Ekonomi*

Komunikasi, dan Bisnis). Alfabeta.

- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2015). *Perilaku Konsumen*. Andi Offcet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Shinhan Bank. 2020. Risiko yang harus diwaspadai dalam penggunaan internet banking dan mobile banking. <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/risiko-yang-harus-diwaspadai-dalam-penggunaan-internet-banking-dan-mobile-banking>
- Sulistyarso, H. B., Pamungkas, J., Artaningtyas, W. D., & Asih Sriwinarti. (2021). *Pemasaran Online Bagi Umkm*. LPPM UPN.
- Supriyono, M. (2015). *Buku Pintar Perbankan*. Andi Offcet.
- Theriady, H. S., & Ginting, D. B. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Wang, S. W., Ngamsiriudom, W., & Hsieh, C. H. (2015). Trust disposition, trust antecedents, trust, and behavioral intention. *Service Industries Journal*, 35(10), 555–572. <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1047827>.
- Wibowo, A. (2021). *Pengantar Pemasaran Bisnis Digital*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Pustaka Setia
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.