

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS SURABAYA)**

Ismi Fatmala Sarofah^{1*}, Sugeng Hariadi¹

¹ Ilmu Ekonomi / Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya
ismi.fatmala@gmail.com

Abstrak - *Mobile Banking* merupakan sebuah sistem layanan dari sebuah lembaga keuangan seperti *Bank* untuk melakukan sejumlah transaksi keuangan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui perangkat *mobile* seperti telepon seluler. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Universitas Surabaya yang menggunakan *mobile banking*. Uji coba instrumen, uji asumsi klasik, dan uji analisis data dalam penelitian ini menggunakan *SPSS 20.00*. Dari hasil penelitian diketahui bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, sedangkan persepsi keamanan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Kata Kunci : *Mobile Banking*, Persepsi Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Minat Menggunakan *Mobile Banking*

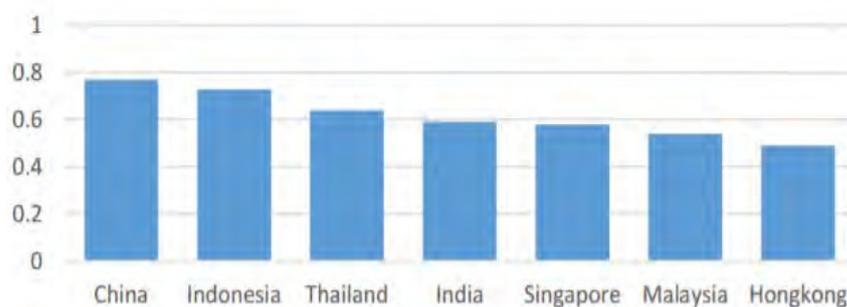
Abstract - *Mobile Banking* is a system service from a financial institution such as a *Bank* to do number of financial transactions which can be accessed directly by the customer through mobile devices such as cell phones. This research aims to know the influence of perceptions of ease, security, and benefits against the interest in using mobile banking. This research is descriptive quantitative research with survey method. The population in this research is the students of the University of Surabaya who use mobile banking. Instruments test, the classical assumptions test, and data analysis test in this research using *SPSS 20.00*. From the result of the research note that the ease of perception of positive but not significant effect against the interest in using mobile banking. While the perception of security and the benefits of a positive and significant effect against the interest in using mobile banking.

Keywords : *Mobile Banking*, Perception of Ease, Security, Benefits, Interest in Using *Mobile Banking*.

PENDAHULUAN

Pada era informasi ini, perkembangan teknologi yang begitu pesat telah mempengaruhi perkembangan aktivitas baik ekonomi maupun sosial masyarakat, termasuk aktivitas dan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu bidang yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini adalah industri perbankan dan organisasi bisnis. Perkembangan ekonomi berdasarkan teknologi informasi sudah menjadi paradigma global, dewasa ini setiap pelaku ekonomi telah menggunakan layanan perbankan untuk meningkatkan efektivitas layanan yang akan diberikan (Respati, 2008).

Teknologi informasi menunjang keberhasilan operasional keuangan atau perbankan seperti bank. Dalam hal ini sudah pasti diperlukan sistem informasi yang handal yang dapat diakses dengan mudah oleh nasabahnya. *Mobile phone* merupakan contoh dari perkembangan teknologi informasi yang saat ini dimanfaatkan industri perbankan dan diwujudkan dalam bentuk layanan *mobile banking*. Menurut Wardhana (2015) jasa *mobile banking* merupakan modifikasi dari layanan *internet banking* yang menghubungkan bank dengan klien dari jarak jauh melalui jaringan internet. Penelitian yang dilakukan oleh Statista pada 2014 menyajikan penggunaan *mobile banking* di beberapa negara dengan 82.914 responden.



Gambar 1

Statistik Pengguna *Mobile banking* di Negara-Negara Asia

Sumber : Statista 2014

Perkembangan teknologi informasi memberikan kemudahan pada berbagai aspek karena teknologi berperan terhadap pembuatan keputusan perseorangan, dalam hal ini nasabah bank yang salah satunya adalah mahasiswa. Penggunaan *mobile banking* bagi mahasiswa meluas karena memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses-proses transaksi. Mahasiswa yang memiliki kesibukan kuliah dan menginginkan teknologi yang serba praktis menganggap bahwa fasilitas *mobile banking* sangat dibutuhkan dan tergolong penting karena sangat membantu mereka dalam mempermudah melakukan transaksi keuangan ditengah aktivitas yang padat. Minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

Perilaku konsumen ditimbulkan oleh adanya interaksi antara faktor-faktor lingkungan dan individu. Dalam interaksi tersebut, sosialisasi antara individu mengakibatkan terjadinya transfer dan interaksi perilaku. Ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Setiadi (2003), yaitu:

1. Faktor kebudayaan, yang terdiri dari budaya dan kelas sosial.
2. Faktor sosial, yang terdiri dari kelompok keluarga, peran dan status sosial.
3. Faktor pribadi, yang terdiri dari usia/umur, jabatan, dan keadaan ekonomi.
4. Faktor psikologis, yang terdiri dari persepsi, kepercayaan dan sikap.

Sesuai dengan teori perilaku konsumen setiap nasabah bank berminat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada dalam perilaku konsumen seperti pengaruh dari lingkungan sekitar atau persepsi bahwa *mobile banking* tersebut memiliki kemudahan dalam penggunaan, keamanan yang terjamin, dan manfaat yang baik. Hal ini digunakan nasabah bank yang termasuk didalamnya adalah mahasiswa untuk mengambil keputusan menggunakan *mobile banking*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis deskriptif kuantitatif karena dalam pelaksanaannya meliputi data, analisis dan interpretasi tentang arti dan data yang diperoleh. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2008). Penelitian ini menggunakan metode *survey* yang data dan informasinya didapat dari pengumpulan populasi. *Survey* dapat memberikan manfaat untuk berbagai tujuan deskriptif (Husein Umar, 2001).

Populasi sasaran dalam penelitian adalah mahasiswa S1 Universitas Surabaya yang masih aktif dan pernah, dapat, mampu, serta familiar dalam menggunakan *mobile banking*. Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan (X_1), persepsi keamanan (X_2), persepsi manfaat (X_3), berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y). Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara *online*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data *ordinal* yaitu data yang berasal dari suatu objek atau kategori yang telah disusun secara berjenjang menurut besarnya dengan menggunakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur instrumen penelitian adalah skala *likert 5 point*, mulai dari *interval 1* sampai 5 atau mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju (Mamang dan Sopiah, 2010).

Uji coba instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan sudah valid dan reliabel. Teknik analisis data ini menggunakan program *SPSS 20.00* dan menggunakan metode analisis deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik responden dari jenis kelamin, nama fakultas, dan nama bank yang digunakan untuk melakukan transaksi *mobile banking*. Pengujian asumsi klasik mencakup uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas, agar data yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Analisis regresi berganda juga digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel

persepsi kemudahan (X_1), persepsi keamanan (X_2), persepsi manfaat (X_3), terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking* (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran data terdapat 210 total data yang dapat dianalisis. Hasil data tersebut dibagi dalam beberapa karakteristik responden yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	73	34,80 %
Perempuan	137	65,20 %
Jumlah	210	100,00 %

Sumber : Data primer yang diolah

Data tersebut menunjukkan jumlah presentase responden laki-laki yang memakai *mobile banking* sebesar 73 (34,80 %) sedangkan responden perempuan yang memakai *mobile banking* sebesar 137 (65,20 %).

Tabel 2
Demografi Responden Berdasarkan Nama Fakultas

Nama Fakultas	Frekuensi	Presentase
Farmasi	21	10,00 %
Hukum	23	11,00 %
Bisnis dan Ekonomika	94	44,80 %
Psikologi	12	5,70 %
Teknik	21	10,00 %
Teknobiologi	12	5,70 %
Industri Kreatif	13	6,20 %
Kedokteran	14	6,70 %
Jumlah	210	100,00 %

Sumber : Data primer yang diolah

Data tersebut menunjukkan jumlah presentase responden mahasiswa S1 Universitas Surabaya yang memakai *mobile banking* dari Fakultas Farmasi sebesar 21 (10,00 %), Fakultas Hukum sebesar 23 (11,00 %), Fakultas Bisnis dan

Ekonomika sebesar 94 (44,80 %), Fakultas Psikologi sebesar 12 (5,70 %), Fakultas Teknik sebesar 21 (10,00 %), Fakultas Teknobiologi sebesar 12 (5,70 %), Fakultas Industri Kreatif sebesar 13 (6,20 %), dan Fakultas Kedokteran sebesar 14 (6,70 %).

Tabel 3
Demografi Responden Berdasarkan Nama Bank

Nama Bank	Frekuensi	Presentase
BCA	131	62,40 %
MANDIRI	39	18,10 %
BRI	25	11,90 %
BNI	13	6,20 %
PANIN	1	0,50 %
CIMB NIAGA	1	0,50 %
Jumlah	210	100,00 %

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi
Konstanta	2,003
Persepsi Kemudahan	0,051
Keamanan	0,166
Manfaat	0,722
r	= 0,868
<i>Adjusted R squared</i>	= 0,750
F Hitung	= 210,127
F Tabel	= 3,039
Signifikansi F	= 0,000

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan garis regresi dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = 2,003 + 0,051X_1 + 0,166X_2 + 0,722X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 2,003 dapat diartikan apabila variabel persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat tidak mengalami perubahan, maka minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa S1 Universitas Surabaya sebesar 2,003.

Nilai koefisien X_1 sebesar 0,051 dapat diartikan apabila persepsi kemudahan meningkat 1 poin maka minat menggunakan *mobile banking* akan naik sebesar 0,051 satuan dengan asumsi X_2 , dan X_3 tetap. Nilai koefisien X_2 sebesar 0,166 yang berarti apabila persepsi keamanan meningkat 1 poin maka minat menggunakan *mobile banking* akan naik sebesar 0,166 satuan dengan asumsi X_1 dan X_3 tetap. Nilai koefisien X_3 sebesar 0,722 yang berarti apabila persepsi manfaat meningkat 1 poin maka minat menggunakan *mobile banking* akan naik sebesar 0,722 satuan dengan asumsi X_1 dan X_2 tetap. Hal ini berarti arahmodel tersebut adalah positif.

Tabel 5
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868 ^a	.754	.750	2.042

a. Predictors: (Constant), Manfaat (X3), Keamanan (X2), Kemudahan (X1)

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile banking* (Y)

Berdasarkan output diatas didapatkan nilai *R Squared* (R^2) sebesar 0.754, sehingga dapat diketahui bahwa kemampuan variabel kemudahan (X_1), keamanan (X_2) dan manfaat (X_3) mampu menjelaskan 75,4 % terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking* (Y), maka bisa diketahui bahwa setiap variabel independen mampu menjelaskan sebesar 25,13% dari total 75,4 %, sedangkan selebihnya (sebesar 24,6%) dapat dijelaskan oleh variabel bebas diluar model.

Tabel 6

Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.003	.985		2.034	.043
Kemudahan (X1)	.051	.049	.054	1.030	.304
Keamanan (X2)	.166	.044	.165	3.773	.000
Manfaat (X3)	.722	.053	.721	13.578	.000

a. *Dependent Variable: Minat Menggunakan Mobile banking (Y)*

Kesimpulan Hipotesis Uji T adalah :

1. Kemudahan (X_1) memperoleh nilai T hitung sebesar $1.030 < 1.971$ dan nilai signifikansi sebesar $0.304 > 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kemudahan (X_1) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y).
2. Keamanan (X_2) memperoleh nilai T hitung sebesar $3.773 > 1.971$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa keamanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y).
3. Manfaat (X_3) memperoleh nilai T hitung sebesar $13.578 > 1.971$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa manfaat (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y).

Tabel 4.35

Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2629.486	3	876.495	210.127	.000 ^a
	Residual	859.280	206	4.171		
	Total	3488.767	209			

a. *Predictors: (Constant), Manfaat (X3), Keamanan (X2), Kemudahan (X1)*

b. *Dependent Variable: Minat Menggunakan Mobile banking (Y)*

Nilai F hitung $> F$ table, yaitu $210.127 > 3.039$ dan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan kemudahan (X1), keamanan (X2) dan manfaat (X3) berpengaruh secara simultan/memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y).

Pembahasan pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking* adalah sebagai berikut :

1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa S1 Universitas Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel ($1.030 < 1,971$) dengan nilai signifikansi sebesar 0.304 ($0.304 > 0.05$). Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pambudi (2014) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan benar bahwa secara teori berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*, hanya tidak signifikan secara statistik pada α sebesar 5%. mahasiswa S1 Universitas Surabaya merasa bahwa penggunaan *mobile banking* tidak terlalu mudah karena harus melakukan proses pendaftaran aplikasi layanan *mobile banking* melalui petugas bank dengan memberikan daftar diri atau melalui proses pendaftaran manual melalui *ATM* yang prosedurnya cukup rumit.
2. Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa S1 Universitas Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t table ($3.773 > 1,971$) dengan nilai signifikansi sebesar ($0.000 < 0.05$). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Yoso (2014) yang menunjukkan bahwa keamanan memberikan pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi keamanan benar bahwa secara teori berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* ini mengindikasikan bahwa mahasiswa S1 Universitas Surabaya percaya dengan menggunakan *mobile banking* maka kerahasiaan data pribadi

seperti *PIN* dan saldo bisa tersimpan dengan aman sehingga tidak ada tindakan kejahatan seperti penipuan.

3. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa S1 Universitas Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t table ($13.578 > 1,971$) dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 ($0.000 < 0.05$). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2015) bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengaplikasian layanan *mobile banking*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi manfaat benar bahwa secara teori berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat memberikan gambaran secara keseluruhan bahwa mahasiswa S1 Universitas Surabaya menggunakan *mobile banking* untuk mendapatkan manfaat seperti mempermudah transaksi keuangan tanpa harus pergi ke *ATM*, sehingga dapat menghemat waktu dan biaya.
4. Persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa S1 Universitas Surabaya. Dilihat dari F hitung $> F$ table, yaitu $210.127 > 3.039$ dan nilai signifikansi kurang dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil dari koefisien determinasi R^2 yang diperoleh bernilai $0,754$ ($75,4\%$) menunjukkan bahwa kemampuan variabel kemudahan (X_1), keamanan (X_2), dan manfaat (X_3) mampu menjelaskan $75,4\%$ terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking* (Y) sedangkan selebihnya (sebesar $24,6\%$) dapat dijelaskan oleh variabel bebas diluar penelitian ini. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Hadi (2010) yang menunjukkan bahwa persepsi, kemudahan, keamanan, dan manfaat secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa dalam menggunakan layanan *mobile banking* mahasiswa S1 Universitas Surabaya mempertimbangkan apakah *mobile banking* mudah untuk digunakan, bisa menjaga kerahasiaan data sehingga

aman, dan memberikan manfaat yang banyak dalam aktivitas transaksi keuangan sehingga mahasiswa dapat berminat untuk menggunakan *mobile banking*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa S1 Universitas Surabaya ditentukan oleh persepsi keamanan dan manfaat. Keamanan mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* karena mahasiswa S1 Universitas Surabaya percaya dengan menggunakan *mobile banking* maka kerahasiaan data pribadi seperti *PIN* dan saldo bisa tersimpan dengan aman sehingga tidak ada tindakan kejahatan dan penipuan. Persepsi manfaat juga mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa S1 Universitas Surabaya karena memberikan manfaat seperti mempermudah transaksi keuangan tanpa harus pergi ke *ATM*, sehingga dapat menghemat waktu dan biaya. Dalam penelitian ini kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* mahasiswa S1 Universitas Surabaya karena mahasiswa beranggapan bahwa penggunaan layanan *mobile banking* harus melakukan proses pendaftaran aplikasi melalui petugas bank dengan memberikan daftar diri atau melalui proses pendaftaran manual melalui *ATM* yang prosedurnya dinilai cukup rumit.

Bank diharapkan untuk selalu memperbaharui fitur maupun ketahanan (*maintenance*) sistem *mobile banking* yang digunakan baik dari segi jenis transaksi maupun tampilan sistem (*interface*) dan memperbaharui fasilitas-fasilitas layanan *mobile banking* agar semakin memberikan manfaat langsung, mengurangi tingkat kesulitan maupun kerumitan transaksi dan mempermudah pengoperasian sistem sehingga nasabah dapat lebih mudah dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Bank juga diharapkan mampu meningkatkan keamanan sistem untuk meminimalisir terjadinya tindak kejahatan pada bisnis perbankan *online* dengan memperkuat ketahanan sistem, seperti pengecekan *ATM* berkala agar tidak terjadi *card trapping*, memberikan proteksi lebih pada *password* atau *PIN*. Penelitian ini memberikan informasi bahwa persepsi kemudahan, keamanan,

dan manfaat memberikan sumbangan sebesar 75,4 % terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa S1 Universitas Surabaya, sedangkan 24,6 % dijelaskan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking*, seperti risiko.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Endang. 2015. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 26 No. 2. Husein Umar. 2008. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Hadi, Syamsul. 2010. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12 No.4.
- Mamang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Pambudi, Bambang. 2014. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Program Layanan Internet Banking BRI)". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 8 No.1.
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Statista. 2014. "Usage of Mobile Banking Apps Worldwide In 2014 by Country". <https://www.statista.com/statistics/468943/usage-of-mobile-banking-apps-worldwide-by-country/> diakses pada 11 Juli 2017 pukul 09.00
- Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Respati, Harianto. 2008. "Teknologi Informasi Bank Pada Era Cyberbanking". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 4 No. 3.
- Wardhana, Aditya. 2015. "Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 10 No. 2.

Yoso, Wanandi. 2014. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.