

**ANALISIS DETERMINAN PENERIMAAN TEKNOLOGI
ARTIFICIAL INTELLIGENCE BSI *MOBILE BANKING*
PADA PENGGUNA MUSLIM: *FRAMEWORK* UTAUT3**

SKRIPSI

Oleh
SATRIA YUDHA BIMANTARA
NIM: 08020421084



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2025**

PERNYATAAN

Saya, Satria Yudha Bimantara, 08020421084 menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan dan penjiplakan (*plagiarism*) dan karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 12 Juni 2025



Satria Yudha Bimantara

NIM. 08020421084

LEMBAR PERSETUJUAN

Surabaya, 27 Mei 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Andhy Permadi, M.Kom.
NIP. 198110142014031002

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS DETERMINAN PENERIMAAN TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELLIGENCE BSI MOBILE BANKING PADA PENGGUNA MUSLIM: *FRAMEWORK* UTAUT3

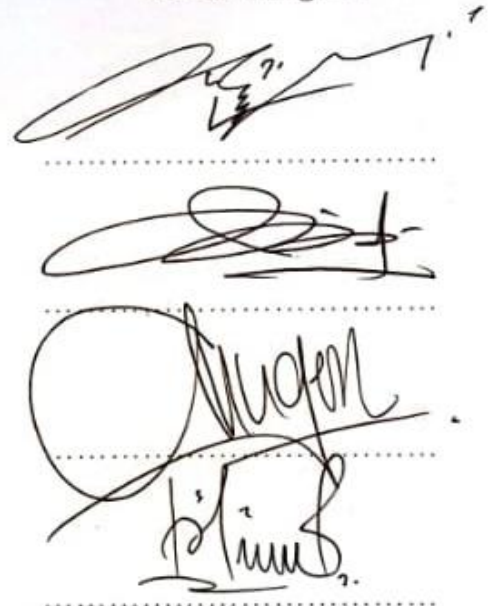
Oleh:
Satria Yudha Bimantara
NIM: 08020421084

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 12 Juni 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Andhy Permadi, M.Kom.
NIP. 198110142014031002
(Penguji 1)
2. Dr. Mazroatus Sa'adah, M.Ag.
NIP. 197708272005012002
(Penguji 2)
3. Rianto Anugerah Wicaksono, S.T., M.SEI.
NIP. 198508222019031011
(Penguji 3)
4. Ismatul Khayati, ME
NIP. 199010132022032001
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 12 Juni 2025



Di Sertai Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Satria Yudha Bimantara
NIM : 0820421084
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : yudhacoeg654@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**ANALISIS DETERMINAN PENERIMAAN TEKNOLOGI ARTIFICIAL
INTELLIGENCE BSI MOBILE BANKING PADA PENGGUNA MUSLIM:
FRAMEWORK UTAUT3**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

(Satria Yudha Bimantara)

ABSTRAK

Kepuasan pengguna merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan implementasi teknologi digital, termasuk dalam layanan perbankan berbasis syariah. Dalam konteks ini, fitur *artificial intelligence* (AI) yang diintegrasikan dalam aplikasi BSI *Mobile Banking* menjadi inovasi strategis yang perlu ditinjau efektivitasnya dari perspektif pengguna Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor-faktor dalam model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3* (UTAUT3) penerimaan teknologi fitur AI BSI *Mobile Banking* pada pengguna Muslim.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausatif, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan dependen. Data dikumpulkan melalui survei terhadap responden Generasi Z Muslim pengguna BSI *Mobile Banking* dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui software *SmartPLS 4.0*. Jumlah responden yang dianalisis sebanyak 100 orang, diperoleh melalui metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari delapan variabel UTAUT3 yang diuji, enam variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, yaitu Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga. Sementara itu, dua variabel lainnya, yaitu Kebiasaan dan Inovasi Pribadi, tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mendukung sebagian besar asumsi dalam model UTAUT3 dan memberikan gambaran bahwa persepsi manfaat, kemudahan, dukungan, serta nilai dan kesenangan dalam menggunakan fitur AI menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan pengguna Muslim.

Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengembangan teknologi digital syariah, khususnya dalam membangun fitur AI yang mudah digunakan, memberikan nilai tambah, serta memperhatikan nilai-nilai dan preferensi pengguna Muslim. Penelitian ini juga membuka peluang untuk penelitian selanjutnya dengan cakupan variabel yang lebih luas dan pendekatan yang lebih mendalam.

Kata Kunci: UTAUT3, *Artificial Intelligence*, Kepuasan Pengguna, BSI *Mobile Banking*, Generasi Z Muslim

ABSTRACT

User satisfaction is one of the important indicators in assessing the success of digital technology implementation, including in sharia-based banking services. In this context, the artificial intelligence (AI) feature integrated in the BSI Mobile Banking application is a strategic innovation that needs to be reviewed for its effectiveness from the perspective of Muslim users. This study aims to examine the influence of factors in the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT3) model on the acceptance of AI feature technology in BSI Mobile Banking among Muslim users.

This study uses a quantitative approach with a causal research type, which is research that explains the cause-and-effect relationship between independent and dependent variables. Data were collected through a survey of Generation Z Muslim respondents who use BSI Mobile Banking and analyzed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method through SmartPLS 4.0 software. The number of respondents analyzed was 100 people, obtained through a purposive sampling method.

The results showed that of the eight UTAUT3 variables tested, six variables had a positive and significant effect on user satisfaction, namely Performance Expectations, Effort Expectations, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, and Price Value. Meanwhile, the other two variables, namely Habit and Personal Innovation, have no significant effect. The findings support most of the assumptions in the UTAUT3 model and illustrate that perceived usefulness, convenience, support, value, and pleasure in using AI features are key in increasing Muslim user satisfaction.

This study provides practical implications for the development of Islamic digital technology, especially in building AI features that are easy to use, provide added value, and pay attention to the values and preferences of Muslim users. This research also opens up opportunities for future research with a wider range of variables and a more in-depth approach.

Keywords: UTAUT3, Artificial Intelligence, User Satisfaction, BSI Mobile Banking, Generation Z Muslims

DAFTAR ISI

LEMBAR HALAMAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Teori Adopsi Teknologi dalam Konteks Ekonomi Islam	8
2.1.2 Teori <i>Expectation Confirmation (ECT)</i>	17
2.1.3 Teori <i>Behavioural Intention (BI)</i>	18
2.1.4 Integrasi Keilmuan Ekonomi Islam	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Pengembangan Hipotesis	31
2.4.1 Hubungan Harapan Kinerja	32
2.4.2 Hubungan Harapan Usaha	32
2.4.3 Hubungan Pengaruh Sosial.....	33

2.4.4 Hubungan Kondisi yang Memfasilitasi	34
2.4.5 Hubungan Motivasi Hedonis	34
2.4.6 Hubungan Nilai Harga	35
2.4.7 Hubungan Kebiasaan	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian.....	37
3.2 Jenis Penelitian.....	37
3.3 Tempat atau Lokasi Penelitian	38
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel	38
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.6 Jenis dan Sumber Data	43
3.6.1 Jenis Data	43
3.6.2 Sumber Data	44
3.7 Teknik Pengumpulan Data	44
3.7.1 Kuisisioner.....	44
3.8 Teknik Analisis Data	46
3.8.1 Analisis Outer Model.....	47
3.8.2 Analisis Inner Model	47
3.9 Pengujian Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum	50
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.2.1 Asal Kota Responden	52
4.2.2 Usia Responden	53
4.2.3 Fitur AI yang Digunakan Responden.....	54
4.3 Bagian Analisis Model	55
4.3.1 Analisis Deskriptif Data	55
4.3.1.1 Harapan Kinerja (<i>PE</i>)	56
4.3.1.2 Harapan Usaha (<i>EE</i>)	58

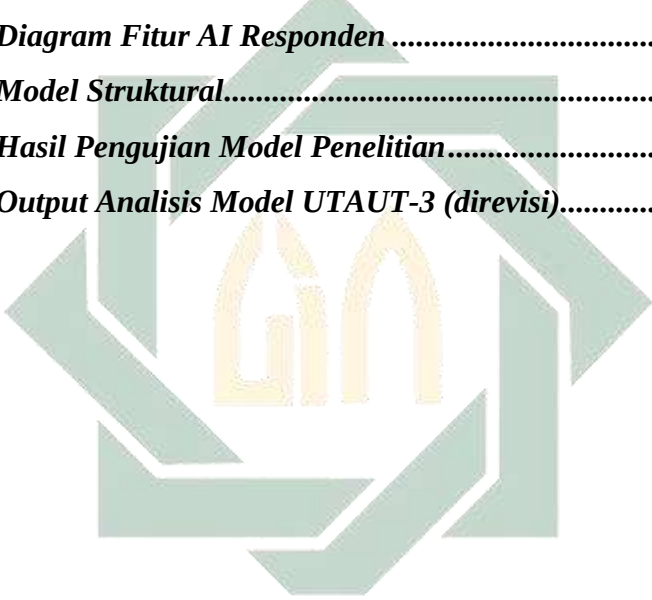
4.3.1.3 Pengaruh Sosial (<i>SI</i>).....	59
4.3.1.4 Kondisi yang Memfasilitasi (<i>FC</i>)	60
4.3.1.5 Motivasi Hedonis (<i>HM</i>)	61
4.3.1.6 Nilai Harga (<i>PV</i>)	63
4.3.1.7 Kebiasaan (<i>H</i>)	64
4.3.1.8 Niat Perilaku (<i>BI</i>).....	65
4.3.2 Analisis Data.....	66
4.3.2.1 <i>Outer Model</i>	66
4.3.2.2 <i>Inner Model</i>	70
4.4 Bagian Pembahasan.....	77
4.4.1 Pengaruh Harapan Kinerja.....	77
4.4.2 Pengaruh Harapan Usaha.....	78
4.4.3 Pengaruh Pengaruh Sosial	78
4.4.4 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi.....	79
4.4.5 Pengaruh Motivasi Hedonis.....	80
4.4.6 Pengaruh Nilai Harga	81
4.4.7 Pengaruh Kebiasaan.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
DAFTAR LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2.1 Penelitian terdahulu</i>	22
<i>Tabel 3.1 Definisi operasional dan pengukuran variabel</i>	40
<i>Tabel 3.2 Contoh pertanyaan skala likert</i>	45
<i>Tabel 3.3 Penilaian skala likert</i>	45
<i>Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Variabel Harapan Kinerja (PE)</i>	57
<i>Tabel 4.2 Penilaian Kontinum Skala Likert Harapan Kinerja (PE)</i>	57
<i>Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Variabel Harapan Usaha (EE)</i>	58
<i>Tabel 4.4 Penilaian Kontinum Skala Likert Harapan Kinerja (EE)</i>	58
<i>Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Variabel Pengaruh Sosial (SI)</i>	59
<i>Tabel 4.6 Penilaian Kontinum Skala Likert Pengaruh Sosial (SI)</i>	60
<i>Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Variabel Kondisi yang Memfasilitasi (FC)</i>	60
<i>Tabel 4.8 Penilaian Kontinum Skala Likert Kondisi yang Memfasilitasi (FC)</i>	61
<i>Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Variabel Motivasi Hedonis (HM)</i>	62
<i>Tabel 4.10 Penilaian Kontinum Skala Likert Motivasi Hedonis (HM)</i>	62
<i>Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Variabel Nilai Harga (PV)</i>	63
<i>Tabel 4.12 Penilaian Kontinum Skala Likert Nilai Harga (PV)</i>	63
<i>Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Variabel Kebiasaan (H)</i>	64
<i>Tabel 4.14 Penilaian Kontinum Skala Likert Kebiasaan (H)</i>	64
<i>Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Variabel Niat Perilaku (BI)</i>	65
<i>Tabel 4.16 Penilaian Kontinum Skala Likert Niat Perilaku (BI)</i>	66
<i>Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Konvergen</i>	67
<i>Tabel 4.20 Nilai Cross Loading</i>	68
<i>Tabel 4.21 Hasil Uji Reabilitas</i>	69
<i>Tabel 4.22 Nilai R Square</i>	72
<i>Tabel 4.23 Hasil Analisis Pengujian Hipotesis</i>	73
<i>Tabel 4.24 Ringkasan Analisis Pengujian Hipotesis</i>	82

DAFTAR GAMBAR

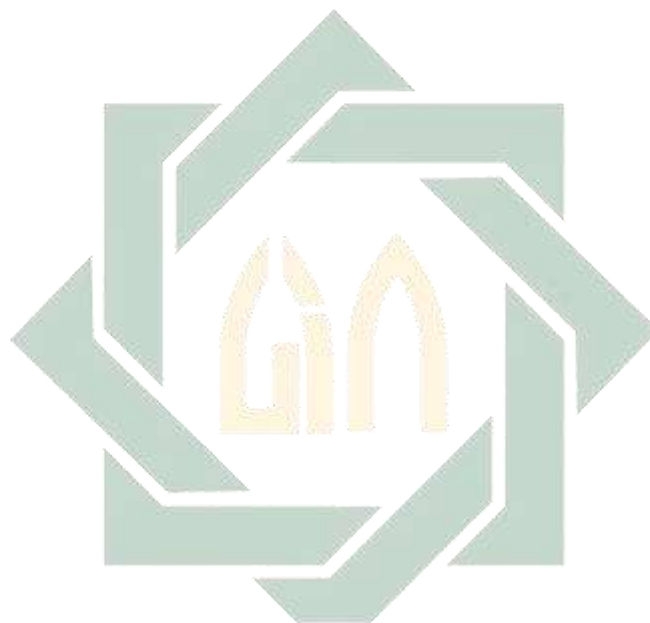
<i>Gambar 1.1 Grafik penggunaan dan investasi ai (2017-2023)</i>	2
<i>Gambar 2.1 Model UTAUT3</i>	11
<i>Gambar 2.3 Kerangka konseptual</i>	31
<i>Gambar 3.1 Contoh skorsing skala likert</i>	45
<i>Gambar 3.2 Contoh kontinum skala likert</i>	46
<i>Gambar 4.1 Diagram Asal Kota Responden</i>	53
<i>Gambar 4.2 Diagram Usia Responden</i>	54
<i>Gambar 4.3 Diagram Fitur AI Responden</i>	55
<i>Gambar 4.4 Model Struktural</i>	71
<i>Gambar 4.5 Hasil Pengujian Model Penelitian</i>	75
<i>Gambar 4.6 Output Analisis Model UTAUT-3 (direvisi)</i>	76



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian</i>	<i>89</i>
<i>Lampiran 2 Jawaban Responden</i>	<i>93</i>
<i>Lampiran 3 Dokumentasi Pengisian Kuisisioner.....</i>	<i>95</i>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abed, S. S. (2021). Social influence, hedonic motivation, and perceived risk in e-wallet adoption: The mediating role of trust. *Technology in Society*, 66, 101718. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101718>
- Alalwan, A. A. (2022). Mobile banking adoption: The role of trust, perceived risk, and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, 40(3), 578–603. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2020-0552>
- Al-Ghazali. Al-Mustashfa fi Ilm al-Usul. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.
- Alshehri, A., Rutter, M., & Smith, S. (2020). Investigating factors affecting students' adoption of e-learning systems in higher education. *Education and Information Technologies*, 25(6), 5301–5320. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10222-9>
- Al-Zuhaili, Wahbah. (2006). al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu. Damaskus: Dar al-Fikr.
- Atika, R., Indana, R. (2023). Analyzing Determinants of *Mobile Banking* Adoption in the Context of Indonesian Sharia Banks: A UTAUT 3 Framework. *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, 4(2), 151-171. <https://doi.org/10.28599/almashrof.v4i2.9625>
- Azam, M. N., Ha, A. S., & Ismail, M. (2019). Determining the factors that influence behavioral intention and use behavior towards virtual learning environment - An empirical study among undergraduates. *Journal of Engineering and Applied Sciences*, 14(11), 4265-4272.
- Banerjee, M., & Sreejesh, S. (2022). Meta-analytic examination of UTAUT2 for enhanced understanding of technology acceptance model. *Information Systems Frontiers*, 24(2), 333–345.
- Bharati, P., & Srikanth, K. (2021). Impact of e-learning on student academic performance in Indian universities: Evidence from COVID-19 lockdown. *Asian Journal of Distance Education*, 16(1), 100–112.
- Bhatnagar, P., & Rajesh, A. (2023). Neobanking adoption – An integrated UTAUT-3, perceived risk and recommendation model. *South Asian Journal of Marketing*, Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/SAJM-06-2022-0040>
- Chaidir, L., Azwar, A., Fauzan, A., & Arief, S. (2021). Factors influencing customers' intention to use *Mobile Banking* services of conventional and islamic banks in Lombok, Nusa Tenggara Barat. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 449–466.

- Fachri Arrizki, Al Yusri Lubis, dan Dini Lestari (2022). Pengaruh BSI *Mobile* dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Mahasiswa/i Perbankan Syariah-UINSU). *Jurnal Ekonomi Syariah*. 4(1).
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Markovic, M. R., & Said, J. (2017). Impact of Service and System Quality on Customer Satisfaction, Trust and Loyalty in Balkan Countries *Mobile Banking* Context. *Buletinul AGIR*, (1), 57-64.
- Febrianta, A. dan Indrawati, M.M., Ph.D. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Kota Bandung. e-Proceeding of Management, Vol.3, No.3.
- Garbo, A., & Latifah, H. R. (2024). Optimasi Pelayanan Nasabah Bank Syariah Indonesia Melalui Penggunaan Kecerdasan Buatan. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(2), 846–862. <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i2.22128>
- Gunasinghe, A., Hamid, J. A., Khatibi, A., & Azam, S. M. F. (2020). The factors influencing the adoption of e-learning in Sri Lankan universities: A UTAUT2 approach. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(1), 1361–1368.
- Hamadou, I., Yumna, A., Hamadou, H., & Jallow, M. S. (2024). Unleashing the power of artificial intelligence in Islamic banking: A case study of Bank Syariah Indonesia (BSI). *Modern Finance*, 2(1), 131-144.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk penelitian manajemen: AMOS, LISREL, PLS* (Ed. lengkap). Intermedia Personalia Utama.
- Kristi, N., Shiddieq, D.F., & Nurhayati, D. (2024). The analysis of Flip application acceptance using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 model. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(2), 685-694. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i2.1316>
- Mahmood, A. H. A., Ali, M. H., Deli, M. M., & Alawi, H. (2023). The intentions to adopt e-learning using UTAUT-3 model: A post COVID-19 perspective. *International Journal of Business and Society*, 24(3), 1266–1283. <https://doi.org/10.33736/ijbs.6373.2023>
- Maulani, E., & Handayani, S. S. (2023). Analysis of the Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3) Model on Intention and Use Behavior of Users of *Mobile Banking* Applications in the Jabodetabek Region. *International Journal of Social Science And Human Research*, 6(9), 5465-5475. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i9-17>

- Oktaviani, R., & Hidayatullah, S. (2023). The impact of personal innovativeness and mobile banking experience on intention to use: A moderated mediation model. *Journal of Islamic Marketing*, ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2022-0270>
- Raza, S. A., Qazi, W., Khan, K. A., & Salam, J. (2021). Social isolation and acceptance of the learning management system (LMS) in the time of COVID-19 pandemic: An expansion of the UTAUT model. *Journal of Educational Computing Research*, 59(2), 183–208. <https://doi.org/10.1177/0735633120960421>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2015). *SmartPLS 3*. SmartPLS GmbH. Retrieved from <http://www.smartpls.com>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial least squares structural equation modeling. In Homburg, C., Klarmann, M., & Vomberg, A. (Eds.), *Handbook of market research* (pp. 1–40). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Syaria, M., Kunaefi, A., & Permadi, A. (2022). Penerapan Model UTAUT3 Dalam Menganalisis Penerimaan Penggunaan Aplikasi *Mobile* JKN Di Kabupaten Tuban. *Jurnal SIMETRIS*, 13(2), 1-10. <https://doi.org/10.1234/jurnalsimetris.v13i2>
- Wijaya, T. H., & Noviaristanti, S. (2024). Analysis of The Use of *Mobile Banking* Applications Using The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT3) and Perceived Security Models For PT BCA Digital Customers. *JRSSEM*, 3(12), 1687-1698. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i08.559>
- Zhou, Q., Lim, F. J., Yu, H., Xu, G., Ren, X., Liu, D., ... & Xu, H. (2021). A study on factors affecting service quality and loyalty intention in *Mobile Banking*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102424. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102424>