
ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BCA DI KOTA SURABAYA

Sherline Lovitasari

Abstrak

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era globalisasi telah membawa banyak inovasi baru di berbagai bidang, termasuk di bidang perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap penggunaan mobile banking BCA di Kota Surabaya. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada 10 narasumber terpilih yang memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Hasil wawancara dengan 10 informan mengungkapkan bahwa mobile banking BCA banyak digunakan oleh masyarakat, ATM BCA ada dimana-mana, pembayaran QRIS dapat digunakan di merchant manapun, fitur dan tampilan sederhana.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Mobile Banking.

Abstract

The rapid development of science and technology in the era of globalization has brought many new innovations in various fields, including banking. This research aims to determine consumer behavior towards using BCA mobile banking in the city of Surabaya. The research method used is descriptive qualitative. The data collection technique used was through interviews, observation and documentation with 10 selected sources who met the criteria determined by the researcher. The results of interviews with 10 informants revealed that BCA mobile banking is widely used by the public, BCA ATMs are everywhere, QRIS payments can be used at any merchant, the features and appearance are simple.

Keywords: Consumer Behavior, Mobile Banking

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era globalisasi telah membawa banyak inovasi baru di berbagai bidang seperti pada bidang bisnis online, jasa akomodasi, jasa transportasi, dan jasa keuangan (Bakhar et al., 2023). Selain itu perkembangan teknologi yang sangat pesat telah membawa perubahan yang besar di banyak bidang kehidupan manusia. Salah satu bidang yang mengalami perubahan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi adalah bidang perbankan. Dalam melakukan kegiatan transaksi keuangan, bank menjadi lembaga terpercaya yang menjamin kerahasiaan dan memberikan layanan yang memenuhi kebutuhan masa kini yang berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup (Yusmad, 2018).

Perbankan sangat dibutuhkan pada masa ini dan masa yang mendatang, semua bidang bisnis serta masyarakat tidak terlepas dari bidang perbankan. Menurut undang-undang RI No 10 tahun 1998, bank adalah lembaga keuangan yang fungsi utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan memberikan jasa berupa jasa perbankan. Bank memberikan layanan yang mempermudah proses transaksi dengan menciptakan layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi *electronic banking (e-banking)* yaitu *mobile banking (m-banking)* (Mutiasari, 2020).

Pada beberapa tahun terakhir pengguna mobile banking di Indonesia sangat banyak karena mobile banking memberikan layanan yang efektif, efisien, praktis dan ekonomis. Fitur yang terdapat pada m-banking sama seperti sms-banking akan tetapi m-banking memiliki berbagai macam pilihan menu dibandingkan dengan sms-banking. Layanan mobile banking lebih sederhana dibandingkan SMS banking karena tidak perlu mengingat format

pesan SMS yang dikirim ke bank atau nomor tujuan SMS banking, serta menawarkan beragam menu modern.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Sharing Vision pada tahun 2021- 2022 yang tertera pada Gambar 1.1 menunjukkan penggunaan mobile banking jauh lebih tinggi dari total penggunaan seluruh *channel* lain dan mengalami peningkatan lebih dari 10 kali perbulan meningkat lebih dari 50% (Sharing Vision, 2022).

M-banking adalah fasilitas layanan transaksi perbankan yang dapat diakses 24 jam melalui aplikasi atau situs dengan mendownload melalui appstore atau playstore. Selain itu *mobile banking* adalah platform teknologi yang disampaikan oleh lembaga keuangan atau bank yang memudahkan penggunanya untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, seperti cek saldo, transfer uang, mutasi rekening, pembelian pulsa dan membayar tagihan(listrik,air,internet) dari jarak jauh dan bisa dimanapun tanpa harus datang ke bank secara langsung (Primasari & Ghofirin, 2021).

Pada saat ini sudah banyak layanan mobile banking yang digunakan masyarakat seperti *mobile banking* BCA, BRI Mobile, m-banking mandiri, BNI mobile, CIMB Niaga mobile. Hal ini menyebabkan persaingan antar bank yang semakin ketat dan setiap bank bersaing meningkatkan inovasinya dan kualitas layanan agar menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Top Brand Award tahun 2019-2023 yang tertera pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa ranking BCA *mobile banking* mengalami kenaikan dan menduduki peringkat pertama dengan presentase sebesar 44,50% tahun 2019, kemudian naik menjadi 45,50% tahun 2020,47,50% ditahun 2021, pada tahun 2022 BCA *mobile banking* mengalami penurunan dari 47,50% menjadi 47,40% atau menurun sebesar 0,10% dan pada tahun 2023 mengalami kenaikan 47,90% (Top Brand Awards, 2023).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Sharing Vision pada tahun 2022 yang tertera pada Gambar 1.2 menunjukkan penggunaan mobile banking BCA paling sering digunakan dibandingkan mobile banking lainnya (Sharing Vision, 2022).

BCA mobile adalah aplikasi mobile banking pertama di Indonesia. BCA mobile dirilis pada tahun 2011 dan dikelola oleh PT Bank Central Asia Tbk. Awalnya aplikasi mobile banking BCA hanya tersedia oleh *smartphone* Blackberry, namun kini BCA mobile banking pada tahun 2012 juga tersedia untuk pengguna Android dan iOS. Kemudian pada tahun 2017, teknologi berkembang dan BCA mobile banking menambahkan fitur terbaru untuk tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM BCA (Mubiarto et al., 2023).

Berdasarkan hasil survey Databoks tahun 2023 yang tertera pada gambar 1.5 menunjukkan jumlah pengguna BCA mencapai 38,3 juta naik 10% dari tahun sebelumnya (Databooks, 2023).

Namun meskipun mobile banking BCA menduduki peringkat pertama sebagai bank terbaik di Indonesia menurut survei yang digelar *Top Brand Award*, faktanya masih ditemukan kekurangan pada layanan *mobile banking* BCA karena adanya keluhan dari nasabah tentang gangguan layanan dari mobile banking BCA, ada beberapa nasabah yang tidak dapat *login* di mobile banking BCA (Binekasri, 2023). Hera F. Haryn selaku EVP Corporate Communication BCA membenarkan bahwa adanya kendala pada *mobile banking* BCA. Hal ini berdampak pada menurunnya kepuasan pelanggan (Binekasri, 2023).

Berdasarkan hasil survei Sharing Vision tahun 2021-2022 menunjukkan bahwa secara keseluruhan jumlah keluhan menurun. Hanya keluhan mengenai sistem error atau layanan *down* yang meningkat (Sharing Vision, 2022).

Oleh sebab itu, berdasarkan permasalahan *mobile banking* BCA yang sering error dan memiliki banyak keluhan dari pelanggan, saya sebagai peneliti tertarik untuk meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan mobile banking BCA.

2. METODE PENELITIAN

2.1. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

2.1.1. LOKASI PENELITIAN

Seperti yang telah terlihat dalam judul tercantum, maka lokasi penelitian yang penulis tentukan adalah di Surabaya.

2.1.2. WAKTU PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan April-Juni 2024.

2.2. JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif. Penelitian kualitatif juga dapat disebut dengan metode penelitian naturalistik karena melakukan penelitian dalam kondisi alamiah (Sugiyono, 2019). Penelitian Kualitatif adalah suatu proses yang bertujuan untuk memahami fenomena seperti perilaku, motivasi, persepsi, dan tindakan yang dialami subjek penelitian secara keseluruhan melalui deskripsi uraian verbal dan menggunakan bahasa dalam konteks khusus alamiah dan metode alamiah (Moleong, 2004).

Menurut Creswell dalam Murdiyanto (2020) penelitian kualitatif merupakan proses mempelajari fenomena sosial dan permasalahan manusia. Penelitian kualitatif memusatkan perhatian dan menggunakan metode yang berbeda-beda dalam mencari makna, pengertian, konsep, ciri-ciri, gejala, simbol dan penjelasan suatu fenomena, mengutamakan kualitas secara alamiah dan holistik, serta menggunakan berbagai metode serta menyajikannya dalam penelitian ilmiah (Sidiq, 2019).

Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pasca positivisme untuk mempelajari keadaan objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen utamanya dan pengumpulan datanya dilakukan dengan triangulasi (kombinasi), analisis data kualitatif dan hasilnya penelitian menunjukkan pentingnya generalisasi (Sugiyono, 2014). Metode deskriptif kualitatif memiliki tujuan untuk penggambaran, menguraikan, dan menanggapi secara lebih permasalahan yang akan diteliti.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang menggunakan cerita atau kata-kata untuk menjelaskan dan mendeskripsikan dari setiap masalah atau fenomena, gejala-gejala sosial, dan kondisi sosial tertentu dengan menggunakan metode alamiah.

Menurut Sugiyono (2014) Karakteristik penelitian kualitatif sebagai berikut:

- a) Dilakukan pada keadaan alami dan merupakan sarana utama untuk berbicara langsung dengan informan dan peneliti sebagai instrumen utamanya.
- b) Metode kualitatif bersifat deskriptif.
- c) proses lebih diutamakan daripada hasil.
- d) Penelitian ini menggunakan analisis data induktif
- e) Penelitian ini memfokuskan pada makna.

2.3. SUMBER DAN JENIS DATA

Sumber data adalah apa saja yang dapat memberikan informasi tentang penelitian yang dilakukan. Penulis memperoleh sumber data melalui wawancara dan penyebaran angket secara online. Penelitian menggunakan dua jenis sumber data sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data diambil langsung dari sumber utama yang berkaitan dengan topic penelitian atau lokasi penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2014). Sumber data primer pada penelitian ini berupa wawancara dan informasi yang didapat langsung dari nasabah yang menggunakan mobile banking BCA di Kota Surabaya.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang berasal dari media perantara bukan memberikan penjelasan atau informasi secara langsung kepada peneliti. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder dapat berupa jurnal dan buku seputar analisis perilaku konsumen dan mengenai kualitatif.

2.4. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah ujung tombak sebagai pengumpul data (instrumen). Hal ini berfungsi sebagai alat sensitif dan dapat mengakomodasi terhadap semua rangsangan dan lingkungan yang bermakna atau tidak dalam suatu penelitian.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah awal dalam suatu penelitian karena tujuan utamanya adalah memperoleh data.

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk memperoleh, mengumpulkan dan menganalisis data informasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. WAWANCARA

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2014), Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan antara dua orang, yaitu pewawancara (Interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan orang yang diwawancarai (Interviewee) yang memberikan jawaban dari pertanyaan untuk bertukar informasi dan gagasan serta memperoleh pemahaman melalui Tanya jawab berdasarkan topik tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah metode pengumpulan data dimana peneliti telah mengetahui informasi yang diperoleh. Dalam melakukan wawancara pewawancara telah menyiapkan pertanyaan yang akan disampaikan kepada informan untuk mencari jawaban (Sugiyono, 2014). Wawancara terstruktur adalah setiap informan akan diberi pertanyaan sama dan pewawancara akan mencatatnya (Sugiyono, 2014). Dalam wawancara terstruktur, pewawancara menentukan permasalahan dan pertanyaan yang akan diajukan. Tujuan wawancara terstruktur adalah untuk menemukan jawaban.

b. OBSERVASI

Observasi menurut (Sugiyono, 2014), menjelaskan bahwa dengan observasi peneliti dapat mempelajari tentang makna dari perilaku secara langsung untuk mengetahui apa yang terjadi dan menunjukkan keabsahan dari penelitian yang dilakukan.

Observasi merupakan kegiatan pengamatan terhadap suatu objek tertentu secara langsung untuk mengumpulkan data dan informasi.

c. DOKUMENTASI

Dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan dokumentasi dengan cara mencatat data-data yang ada. Dokumen dalam bentuk tertulis seperti cerita, catatan harian, buku, notulen rapat, peraturan-peraturan dan sebagainya. Dokumen dalam bentuk gambar seperti foto, sketsa dan gambar hidup. Dokumentasi melengkapi penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2014).

2.5. TEKNIK ANALISIS DATA

Setelah melakukan wawancara dan pengujian data primer dan sekunder, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. Analisa data adalah proses memeriksa dan menyusun data secara sistematis dari wawancara, catatan lapangan dan dokumen. Melakukan analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui meneliti dan penyusunan data lapangan secara sistematis dengan cara mengorganisasikan,

mendeskripsikan, mensintesis, menyusun pola, memilih yang penting, dan menarik kesimpulan dari data lapangan (Saleh, 2017).

Teknik analisis data pada penelitian kualitatif bersifat interaktif dan berlangsung terus menerus hingga data dihasilkan. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2014) langkah-langkah melakukan analisis data sebagai berikut:

1. PENGUMPULAN DATA (*DATA COLLECTION*)

Penelitian kualitatif mengumpulkan data melalui observasi. Wawancara, dokumentasi atau gabungan dari ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data memakan waktu berhari-hari atau bahkan berbulan-bulan, dan menghasilkan data dalam jumlah besar. Pada tahap pertama peneliti melakukan kajian umum terhadap situasi sosial atau objek kajian, segala sesuatu yang dilihat dan didengar direkam atau dicatat. Oleh karena itu, peneliti menerima data dalam jumlah besar dan beragam.

2. REDUKSI DATA (*DATA REDUCTION*)

Reduksi data adalah meringkas, memilih hal-hal yang penting, memusatkan perhatian pada hal-hal yang penting serta mencari tema dan pola. Dengan cara ini data dapat direduksi dan memperoleh gambaran yang lebih jelas sehingga memudahkan peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian jika diperlukan. Semakin lama peneliti berada dilapangan, maka semakin luas, kompleks, dan rumit pula data yang diperolehnya. Oleh karena itu, analisis data dengan reduksi data segera dilakukan.

3. PENYAJIAN DATA

Langkah selanjutnya setelah reduksi data adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, data yang disajikan dalam bentuk teks naratif.

4. PENARIKAN KESIMPULAN (*CONCLUSION DRAWING*)

Menarik kesimpulan merupakan penemuan baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Wawasan dapat berupa cerita atau gambaran mengenai objek yang sebelumnya samar atau tidak jelas, dan menjadi lebih jelas setelah diselidiki.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari 10 narasumber ini mereka menggunakan mobile banking BCA karena mobile banking BCA sudah umum dikalangan masyarakat, ATM BCA ada dimana-mana dan pembayaran *QRIS* di merchant sudah ada dimana-mana sehingga mempermudah untuk melakukan transaksi. Selain itu mobile banking BCA memiliki tampilan dan fitur yang sederhana dan mudah diingat dibandingkan mobile banking bank lainnya. terkait keamanan dan kenyamanannya BCA paling aman dan terpercaya. Alasan lainnya mereka menggunakan mobile banking BCA karena motivasi atau dorongan dari keluarga dan teman yang membuat narasumber tertarik menggunakan mobile banking BCA.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan mobile banking BCA

1. FAKTOR BUDAYA

Budaya adalah faktor utama yang menentukan nilai, persepsi, preferensi, serta keinginan dan perilaku lain untuk mencapai perilaku penting organisasi. Faktor Budaya adalah adat istiadat dalam kaitannya dengan cara pandang masyarakat terhadap nilai dan adat istiadat. Unsur tersebut dimulai dari bahwa mereka menerima informasi, mengetahui kedudukan sosialnya dalam masyarakat dan mengetahui apa yang dirasakannya (Tantri, 2012).

Dalam hasil wawancara ada 3 narasumber yaitu rahma, agustin dan agnes, narasumber menggunakan mobile banking BCA karena faktor budaya. Hasil wawancara dari ketiga narasumber menggunakan mobile banking BCA karena melihat lingkungan sekitar kebanyakan orang atau pada umumnya masyarakat menggunakan mobile

banking BCA kemudian ketiga narasumber tertarik menggunakan mobile banking BCA. Dari hasil wawancara terhadap ketiga narasumber dapat disimpulkan bahwa narasumber rahma, agustin dan agnes menggunakan mobile banking BCA karena faktor budaya.

2. FAKTOR SOSIAL

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan mobile banking BCA yaitu faktor sosial. Faktor sosial adalah sekelompok orang yang bersama-sama mencermati persamaan status atau nilai masyarakat dan saling berinteraksi baik secara formal maupun informal secara terus-menerus. Faktor sosial meliputi kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial juga mempengaruhi perilaku pembelian. Dalam hasil wawancara ada tiga narasumber yaitu clement dan evelyne, narasumber menggunakan mobile banking BCA karena pengaruh atau saran dari keluarga. Hasil wawancara narasumber evelyne yaitu Orang tua evelyne menyarankan agar menggunakan mobile banking BCA karena evelyne sebagai anak kos yang merantau di Surabaya, sehingga orang tua evelyne menyarankan menggunakan BCA mobile banking agar mempermudah narasumber dalam melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Selain narasumber evelyne, peneliti juga melakukan wawancara terhadap narasumber clement, dimana narasumber clement menggunakan BCA mobile banking karena keluarganya menggunakan mobile banking BCA oleh karena itu keluarganya menyarankan clement untuk menggunakan mobile banking BCA juga. Alhasil setelahnya narasumber tertarik menggunakan mobile banking BCA sampai sekarang. Dari hasil wawancara terhadap narasumber dapat disimpulkan bahwa narasumber evelyne, clement menggunakan mobile banking BCA karena faktor sosial yaitu atas dasar saran dari keluarga narasumber.

3. FAKTOR PRIBADI

Faktor pribadi dipengaruhi oleh usia dan tahap kehidupan, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, situasi ekonomi. Faktor pribadi mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan mobile banking BCA. Dari hasil wawancara narasumber clement menggunakan mobile banking BCA karena faktor pekerjaan. Narasumber clement memiliki usaha wajan yang sangat membutuhkan mobile banking BCA untuk mempermudah transaksinya untuk transfer antar supplier. Karena narasumber menggunakan mobile banking BCA untuk usaha atau pekerjaan, maka faktor tersebut termasuk kedalam faktor pribadi. Sehingga narasumber termasuk kedalam faktor pribadi karena menggunakan mobile banking BCA atas usaha atau pekerjaan yang dimiliki.

4. FAKTOR PSIKOLOGIS

Faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Faktor psikologi mencakup motivasi, persepsi, pembelajaran dan keyakinan dan sikap. Motivasi adalah Memiliki kemampuan untuk mendorong atau memotivasi seseorang agar bertindak secara langsung. Motivasi dan dorongan merupakan kebutuhan yang dilakukan guna mendorong seseorang agar bertindak. Ada tujuh narasumber yang termasuk ke dalam faktor psikologis yaitu agustin, Stephen, Michael, agnes, clement, evelyne, dan velicia. Mereka menggunakan mobile banking BCA karena rekomendasi dari teman dan keluarga. Rekomendasi dari teman dan keluarga termasuk kedalam faktor psikologis yaitu motivasi atau dorongan untuk menggunakan mobile banking BCA.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat di simpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan mobile banking BCA terdapat 4 faktor yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor sosial berperan oleh keluarga, faktor pribadi berperannya pekerjaan, faktor psikologis berperan oleh motivasi atau dorongan, dan faktor budaya berperan oleh lingkungan sekitar atau kebiasaan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara 10 orang narasumber diketahui perilaku konsumen dalam menggunakan mobile banking BCA didasari oleh:

- a. Umum dikalangan masyarakat sehingga mempermudah melakukan transaksi
- b. Pembayaran *QRIS* di merchant ada dimana-mana
- c. ATM BCA ada dimana-mana (untuk Tarik tunai *cardless*)
- d. Tampilan dan fitur sederhana
- e. Aman dan terpercaya

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhar, M., Harto, B., Gugat, R. M. D., Hendrayani, E., Setiawan, Z., Suriyanto, D. F., Salam, M. F., Suraji, A., Sukmariningsih, R. M., & Sopiana, Y. (2023). *PERKEMBANGAN STARTUP DI INDONESIA (Perkembangan Startup di Indonesia dalam berbagai bidang)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Binekasri, R. (2023). *Mbanking BCA Error, Ini Penjelasan Resmi BCA*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230227153800-17-417339/mbanking-bca-error-ini-penjelasan-resmi-bca>
- Databooks. (2023). *Konsisten Naik, Jumlah Rekening Nasabah BCA Tembus 38 Juta Akun pada 2023*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/26/konsisten-naik-jumlah-rekening-nasabah-bca-tembus-38-juta-akun-pada-2023>
- Moleong, L. J. (2004). Metodologi penelitian. *Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya*, 3(01).
- Mubiarto, D. S., Isnanto, R. R., & Windasari, I. P. (2023). Perancangan User Interface dan User Experience (UI/UX) pada Aplikasi " BCA Mobile" Menggunakan Metode User Centered Design (UCD). *Jurnal Teknik Komputer*, 2(1), 68–75.
- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UPN Veteran
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan industri perbankan di era digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41.
- Primasari, N. S., & Ghofirin, M. (2021). Sosialisasi Kesiapan Masyarakat Menuju Transaksi Digital di Era New Normal Life. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–9.
- Saleh, S. (2017). *Analisis data kualitatif*. Pustaka Ramadhan, Bandung.
- Sharing Vision. (2022). *Survey 2022: Mobile Banking Menjadi Primadona*. <https://sharingvision.com>.
- Sidiq, U. (2019). Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, 1.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Top Brand Awards. (2023). *Top Brand Index Mobile Banking di Indonesia periode*. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=14&id_subkategori=227
- Yusmad, M. A. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Deepublish.

