

PAPER NAME

3750-114889-1-ED. final hamida.docx

AUTHOR

hamida 1

WORD COUNT

2995 Words

CHARACTER COUNT

19221 Characters

PAGE COUNT

7 Pages

FILE SIZE

165.5KB

SUBMISSION DATE

Dec 26, 2022 1:50 PM GMT+7

REPORT DATE

Dec 26, 2022 1:50 PM GMT+7

● 13% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 10% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 7% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)



ANALISIS KEBUTUHAN NASABAH ATAS FITUR APLIKASI BIMA *MOBILE* PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA TENGAH

HAMIDA DAMAYANTI

ARIS SUNINDYO

MIRASANTI WAHYUNI

Politeknik Negeri Semarang

Jalan Prof. H. Soedarto, S.H, Tembalang, Semarang, Indonesia

Article History: (diisi editor)

Received :
Revised :
Accepted :
Published :

Corresponding author:

Hamidadamayanti4@email.com

Cite this article: (diisi editor)

Author, A., & Author, B. (20xx). Title. *Keunis*, x(x), xx-xx.

DOI: (diisi editor)

10.32497/keunis.vxxxix.xxxx

Abstract: Intense market competition can affect customer responses to bank performance. Bank need customer responses to their products or services so that they can be used as material for evaluation and improvement in the future. Customer needs continue to change and increasingly diverse in line with development in the world and technology, so companies must be able to meet the needs desired by customers. The purpose of this research is to determine customer responses to the current Bima Mobile service and customer needs for the availability of Bima Mobile application features. In this research the descriptive statistical measurement used is the mean of customer response data and customer needs which have been arranged in a frequency distribution table. The analysis results show that the lowest indicator on the customer response component is occupied by the feature availability, while the highest is application display. For the customer needs component, the analysis results show that the lowest indicator is the availability of the donation payment feature and the highest is the availability of the electricity payment feature. The company can take steps to follow up on customer responses to the features availability indicator that occupies the lowest position, by developing the Bima Mobile application features availability according to customer needs.

Keywords : Customer Response, Customer Needs, Features

Abstrak: Persaingan pasar yang ketat dapat mempengaruhi tanggapan nasabah kepada kinerja bank. Bank memerlukan tanggapan nasabah atas produk atau layanan yang dimilikinya agar bisa dijadikan bahan evaluasi dan perbaikan untuk kedepannya. Kebutuhan nasabah terus berubah serta semakin beragam seiring dengan perkembangan dunia dan teknologi, sehingga perusahaan harus bisa memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh nasabah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tanggapan nasabah atas layanan Bima *Mobile* saat ini dan kebutuhan nasabah atas ketersediaan fitur aplikasi Bima *Mobile*. Dalam penelitian ini pengukuran statistik deskriptif yang digunakan yaitu mean dari data tanggapan nasabah dan kebutuhan nasabah yang sudah disusun dalam tabel distribusi frekuensi. Hasil analisis menunjukkan indikator terendah pada komponen tanggapan nasabah ditempati oleh ketersediaan fitur, sedangkan yang tertinggi yaitu tampilan aplikasi. Pada komponen

kebutuhan nasabah, hasil analisis menunjukkan indikator terendah pada tersedianya fitur pembayaran donasi dan yang tertinggi yaitu tersedianya fitur pembayaran listrik. Perusahaan dapat mengambil langkah dengan menindaklanjuti tanggapan nasabah atas indikator ketersediaan fitur yang menempati posisi terendah, dengan melakukan pengembangan pada ketersediaan fitur aplikasi Bima *Mobile* sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Kata kunci : Tanggapan Nasabah, Kebutuhan Nasabah, Fitur

PENDAHULUAN

Berbagai produk dan layanan telah disediakan bank dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk dinikmati oleh masyarakat. Teknologi dimanfaatkan dengan baik oleh dunia perbankan guna membantu meningkatkan kualitas pelayanan yang prima kepada nasabah. Bank juga harus memaksimalkan performa layanan dan produknya serta memperhatikan kebutuhan nasabah agar mampu menghadapi persaingan guna memenangkan dan menguasai pangsa pasar. Persaingan pasar yang ketat dapat mempengaruhi tanggapan nasabah kepada kinerja bank. Bank memerlukan tanggapan nasabah atas produk atau layanan yang dimilikinya agar bisa dijadikan bahan evaluasi dan perbaikan untuk kedepannya. Partisipasi dan penilaian nasabah sangatlah penting, karena nasabah merupakan salah satu kunci dari keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Bima *Mobile* juga membutuhkan tanggapan nasabah atas kinerja layanannya sejauh ini, baik dari segi performa ataupun tampilannya.

Kebutuhan nasabah terus berubah serta semakin beragam seiring dengan perkembangan dunia dan teknologi, sehingga perusahaan harus bisa memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh nasabah. Kebutuhan nasabah yang terpenuhi akan berpengaruh pada kepuasan nasabah dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Selain itu, dapat menjadi daya tarik bagi pengguna baru untuk menggunakan produk tersebut. Layanan perbankan berbasis teknologi informasi *Mobile banking* adalah satu alternatif pilihan yang digunakan bertransaksi dengan mudah, cepat, dan dilakukan dimana saja. Layanan *Mobile banking* yang praktis dapat diakses oleh pengguna selama 24 jam menggunakan smartphone yang terhubung dengan jaringan internet.

Bank Jateng memiliki layanan perbankan berbasis elektronik, salah satunya yaitu *Mobile banking* yang diluncurkan pertama kali pada tahun 2020. Pegawai Bank Jateng (10 Juni 2022) menyampaikan bahwa "peluncuran *Mobile banking* dilakukan Bank Jateng guna merespon fenomena yang terjadi di dunia perbankan, yaitu kecenderungan nasabah yang ingin memiliki layanan dan produk perbankan yang mudah, praktis dan aman digunakan, serta alasan lain yang memperkuat diluncurkan *Mobile banking* karena keharusan Bank Jateng memenuhi kebutuhan nasabah agar tidak ditinggalkan nasabahnya dan memilih produk serta layanan dari bank lain. Layanan *Mobile banking* yang dimiliki Bank Jateng bernama Bima *Mobile*. Fitur yang tersedia dalam Bima *Mobile* saat ini masih sederhana, yaitu seperti layanan transfer ke rekening sendiri, sesama bank, dan antar bank, pembayaran Pajak Bumi Bangunan (PBB), pembelian pulsa, serta bisa melakukan tarik tunai tanpa kartu (Aplikasi Bima *Mobile*, 2022). Berbagai pendapat dan keluhan disampaikan oleh nasabah dalam kolom ulasan aplikasi *playstore* terhadap Bima *Mobile* yaitu ketidakpuasan pengguna atas tersedianya fitur serta layanan aplikasi yang masih terbatas dan berharap segera memperbaiki serta meningkatkan kualitas Bima *Mobile*. Berikut terdapat beberapa ulasan dari nasabah yang dituliskannya pada kolom ulasan *playstore* mengenai aplikasi Bima *Mobile banking* yang didapat dari *playstore* sampai akhir bulan Mei tahun 2022.

Tabel 1. Ulasan Nasabah pada Play Store atas Bima *Mobile*

No	Nama dan Tanggal	Ulasan
1	Andi Susilo (30 Mei 2022)	Mohon ditingkatkan lagi, penambahan fitur login dengan <i>fingerprnt</i> atau <i>save data</i> login. Ditambahkan fitur pembayaran dan lainnya, ini cuma bisa transfer saja.
2	Star Farth1213 (27 Mei 2022)	Menunya kurang lengkap, mau beli token listrik, bayar tagihan, dan yang lainnya jadi susah. Mohon <i>diupgrade</i> ya.

No	Nama dan Tanggal	Ulasan
3	Beni Setiawan (12 Mei 2022)	Untuk login lumayan ribet, ngetik ulang <i>username</i> dan <i>password</i> . Usul bisa ditambahkan login pakai <i>fingerprint</i> .
4	Mas Jo (5 Mei 2022)	Sudah pakai aplikasi ini sejak dua tahun lalu, tetapi hingga sekarang tidak ada penambahan fitur khususnya di beli bayar.
5	Muhammad Falich A. (30 April 2022)	Perlu peningkatan fitur dan kegunaan, sehingga menjadi <i>Mobile banking</i> yang memudahkan <i>user</i> namun keamanan tetap terjaga. Makasi.

Sumber: <https://play.google/apps/details?id=id.co.bankjateng.bimaMobile>

Adanya penemuan fenomena bisnis berupa jumlah tanggapan dan pengaduan nasabah serta ulasan-ulasan pada playstore mengenai kurangnya ketersediaan fitur dalam Bima *Mobile* maka penelitian ini layak dilakukan untuk mengetahui bagaimana tanggapan nasabah atas layanan Bima *Mobile* saat ini dan menganalisis kebutuhan nasabah. Penelitian tentang kebutuhan nasabah sangatlah penting agar pengembangan produk dan layanan dapat sesuai dengan kebutuhan nasabah ataupun pengguna dan tercapainya kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan nasabah atas layanan aplikasi Bima *Mobile* saat ini dan untuk mengetahui bagaimana kebutuhan nasabah atas ketersediaan fitur aplikasi Bima *Mobile*. Penelitian tentang kebutuhan nasabah sangatlah penting agar pengembangan produk dan layanan dapat sesuai dengan kebutuhan nasabah ataupun pengguna dan tercapainya kenyamanan pengguna.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Mobile Banking

Menurut Natalia dan Tesniwati (2021) *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang memanfaatkan alat komunikasi seperti telepon seluler, dengan menyediakan fasilitas untuk transaksi perbankan melalui SMS. Berdasarkan catatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Indonesia terjadi lonjakan penggunaan *Mobile banking* dan internet banking hingga 300 persen dari tahun 2016 hingga tahun 2021. Disebutkan juga salah satu pemicunya dikarenakan efek pandemi covid-19 dan pengembangan besar pada layanan produk perbankan digital.

Tanggapan Nasabah

Menurut Ardiani et al (2020) tanggapan dapat diberikan dalam bentuk pendapat atau opini untuk mengungkapkan pemikiran mengenai masalah tertentu setelah mengamati, melihat, dan merasakan. Tanggapan nasabah yang diberikan dapat berupa tanggapan positif dan negatif.

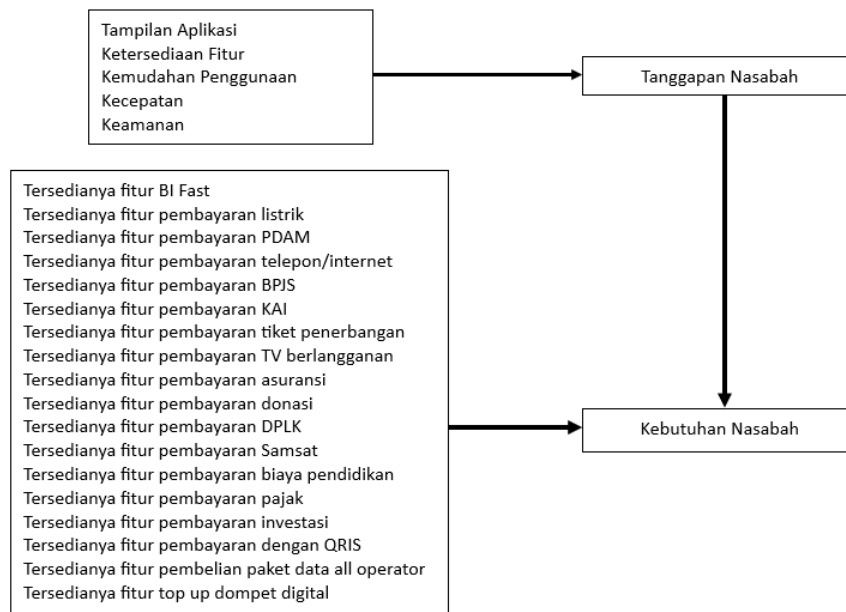
Fitur

Fitur merupakan sesuatu yang dapat menambah fungsi dan pelengkap sebuah produk serta dapat dijadikan alasan nasabah dalam memilih suatu produk, sehingga bagi perusahaan fitur merupakan dasar untuk menjelaskan produk yang dimilikinya (Umaningsih, 2020). Perbedaan kualitas dari produk dapat dilihat dari fitur yang ada di dalamnya, seperti perbandingan keunggulan fitur, kelengkapan fitur, dan apa keistimewaan yang terdapat pada produk tersebut.

Kebutuhan Nasabah

Kebutuhan nasabah merupakan hal yang penting dalam kesuksesan suatu produk atau layanan. Sebuah perusahaan yang berkeinginan untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar dan ingin menarik perhatian dari pasar maka harus mampu memenuhi kebutuhan dari kosumen atau nasabahnya. Kebutuhan nasabah pada dasarnya tidak selalu sama, perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh perilaku nasabah yang sangat beragam (Ningtyas et al, 2021). Kebutuhan nasabah yang terpenuhi akan berpengaruh pada kepuasan nasabah dalam menggunakan suatu produk atau program. Selain itu, dapat menjadi daya tarik bagi pengguna baru untuk menggunakan produk tersebut.

Penelitian ini menganalisis tanggapan nasabah atas layanan aplikasi Bima *Mobile* saat ini dan kebutuhan nasabah atas ketersediaan fitur aplikasi Bima *Mobile*. Berdasarkan tanggapan nasabah selanjutnya dilakukan analisis kebutuhan nasabah. Dengan demikian dapat dirumuskan kerangka pemikiran teoritis sebagaimana tertera dalam Gambar 1. sebagai berikut:



Sumber: Olah Data, 2022
Gambar 1. Kerangka Teoritis

17 METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Wiy (1991) dalam Wulandari dan Moeliono (2017) mengungkapkan analisis deskriptif digunakan untuk menginterpretasikan data dan informasi yang diperoleh dari responden dengan cara mengumpulkan, menyusun dan klasifikasi data serta hasil penelitian ditekankan pada pemberian gambaran secara obyektif tentang kondisi sebenarnya dari obyek yang diteliti (Wulandari dan Moeliono, 2017). Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber pada data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Dipilih populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah yang sudah mendownload *Mobile Banking* pada aplikasi Playstore dimana per tanggal 1 Juni 2022 berjumlah 100.000 jiwa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik penentuan jumlah sampling kuota yang menggunakan rumus Slovin dan menghasilkan jumlah sampel sebanyak 1.000 responden. Teknik analisis data kuantitatif ini menggunakan pendekatan statistik yang memanfaatkan aplikasi Microsoft Excel, dengan formasi metode statistik deskriptif (Wiyono, 2011). Metode statistik deskriptif yang digunakan yaitu mean dari data berkelompok yang sudah disusun dalam tabel distribusi frekuensi, hal ini dikarenakan jumlah data yang diteliti besar (Yusi dan Indris, 2010:38). Wahyuni (2020:34) menyebutkan adapun rata-rata rumus mean yang dapat digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{f_1x_1 + f_2x_2 + f_3x_3 + \dots + f_nx_n}{f_1 + f_2 + f_3 + \dots + f_n}$$

Keterangan:

- X : Nilai rata-rata tiap tanggapan nasabah dan kebutuhan nasabah
- f : Jumlah responden pada indikator tiap nilai skala linkert
- x : Nilai skala linkert

7 HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini uji validitas telah dilakukan, hasil uji seluruh indikator untuk komponen tanggapan nasabah dan kebutuhan nasabah menunjukkan nilai yang valid, karena terlihat dari r hitung yang melebihi r tabel.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Hasil uji pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator pada komponen tanggapan dan kebutuhan nasabah reliabel, hal ini terbukti bahwa nilai Cronbach Alpha > 0,70 (Ghozali, 2018).

Analisis Statistik Deskriptif Tanggapan Nasabah

Tabel 2. Analisis Statistik Tanggapan Nasabah

No	Indikator	STB (1)	TB (2)	B (3)	SB (4)	Nilai Mean Tanggapan Nasabah
1	Tampilan Aplikasi	7	32	271	690	3,644
2	Ketersediaan Fitur	23	124	501	352	3,182
3	Kemudahan Penggunaan	5	59	445	491	3,422
4	Kecepatan	3	80	488	429	3,343
5	Keamanan	4	30	462	504	3,466

Sumber: Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 2 hasil perhitungan statistik menggunakan perumusan mean terhadap masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa rata-rata tanggapan nasabah tertinggi pada indikator tampilan aplikasi yaitu sebesar 3,644, hal ini dapat diartikan bahwa nasabah atau pengguna menyukai tampilan aplikasi Bima *Mobile*. Bima *Mobile* ditampilkan dengan komposisi warna yang apik dan layout yang menarik. Ketersediaan fitur menempati posisi penilaian terendah dengan nilai rata-ratanya sebesar 3,182 yang berarti nasabah merasakan kurangnya ketersediaan fitur yang ada pada Bima *Mobile* saat ini. Hal ini terjadi karena ketersediaan fitur yang ada pada Bima *Mobile* masih sederhana yaitu layanan transfer ke rekening sendiri, sesama bank, dan antar bank, pembayaran Pajak Bumi Bangunan (PBB), dan pembelian pulsa. Oleh karena itu, perlunya perhatian dan tindak lanjut yang dilakukan Bank Jateng mengenai tanggapan nasabah atas ketersediaan fitur aplikasi Bima *Mobile* agar dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya.

Analisis Statistik Deskriptif Kebutuhan Nasabah

Tujuan pemeringkatan adalah untuk menentukan prioritas pada kebutuhan nasabah. Perusahaan dapat melihat hasil pemeringkatan untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagaimana langkah yang seharusnya diambil dalam mengembangkan fitur aplikasi Bima *Mobile*.

Tabel 3. Peringkat Kebutuhan Nasabah

Indikator	Nilai Mean Kebutuhan Nasabah	Peringkat
Tersedianya fitur pembayaran listrik	3,758	1
Tersedianya fitur pembayaran telepon/internet	3,753	2
Tersedianya fitur pembelian paket data untuk semua operator	3,747	3
Tersedianya fitur pembayaran pajak	3,740	4
Tersedianya fitur pembayaran PDAM	3,737	5
Tersedianya fitur pembayaran biaya pendidikan	3,733	6
Tersedianya fitur pembayaran Samsat	3,727	7
Tersedianya fitur pembayaran BPJS	3,722	8
Tersedianya fitur pembayaran KAI	3,714	9
Tersedianya fitur pembayaran DPLK	3,708	10
Tersedianya fitur top up dompet digital	3,703	11
Tersedianya fitur pembayaran tiket penerbangan	3,690	12
Tersedianya fitur pembayaran TV berlangganan	3,688	13
Tersedianya fitur transfer BI Fast	3,674	14
Tersedianya fitur pembayaran dengan QRIS	3,672	15
Tersedianya fitur pembayaran asuransi	3,629	16
Tersedianya fitur pembayaran investasi	3,607	17
Tersedianya fitur pembayaran donasi	3,583	18

Sumber: Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel dapat ditarik kesimpulan bahwa pada umumnya kebutuhan nasabah yang berada pada peringkat 5 (lima) teratas ditempati oleh indikator yang paling dominan digunakan dalam keseharian nasabah. Hal ini terjadi karena listrik, telepon/internet, paket data, dan air merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi nasabah untuk menunjang aktivitasnya. Sementara pajak merupakan suatu kewajiban yang harus dibayarkan masyarakat kepada negara secara tertib. Selain itu, hal tersebut dapat dipengaruhi oleh pengisian kuesioner dengan karakteristik responden berdasarkan usia yang didominasi oleh usia 31-40. Usia tersebut masuk ke dalam usia produktif yang sedang dalam tahap membangun rumah tangga dengan kebutuhan yang tinggi dan membutuhkan sesuatu yang mempermudah pekerjaannya.

Indikator kebutuhan nasabah yang berada pada peringkat terakhir yaitu tersedianya pembayaran donasi. Hal tersebut dikarenakan pada umumnya penyaluran atau pembayaran donasi langsung ditujukan kepada pihak yang mengadakan penggalangan donasi. Selain itu, hal tersebut berkaitan dengan responden yang mengisi kuesioner pada karakteristik pekerjaan didominasi oleh pegawai BUMN/ BUMD serta PNS/ ASN yang pada setiap bulannya sudah dipotong zakat. Dengan demikian, langkah yang dapat diambil perusahaan yaitu dengan melakukan pengembangan fitur sesuai dengan prioritas kebutuhan nasabah kemudian dilanjutkan dengan pengembangan fitur yang lainnya agar kebutuhan nasabah terpenuhi dan mampu memberikan kepuasan konsumen di masa depan serta lebih banyak menarik nasabah untuk menggunakan aplikasi Bima *Mobile*.

Analisis Dompot Digital

Pada penelitian ini terdapat pertanyaan mengenai jenis dompet digital yang dibutuhkan oleh nasabah. Jenis dompet digital yang ditawarkan oleh Bank Jateng untuk dipilih oleh responden, yaitu ShopeePay, DANA, OVO, Gopay, dan LinkAja.

Tabel 4. Jenis Dompot Digital yang Dipilih

No.	Dompot Digital	Jumlah Responden	Persentase
1	ShopeePay	812	32,2%
2	DANA	454	18%
3	OVO	564	22,4%
4	Gopay	651	25,9%
5	LinkAja	37	1,5%

Sumber: Olah Data, 2022

Dompot digital ShopeePay memimpin dan menjadi jawaban terbanyak dibandingkan dengan dompet digital lain, seperti Gopay, DANA, OVO, dan LinkAja. Hal ini dapat disebabkan karena dompet digital ShopeePay memiliki fitur yang bisa digunakan untuk berbelanja online semua kebutuhan nasabah dan juga adanya fitur pembelian makanan secara online. Oleh karena itu, dengan disediakannya fitur top up dompet digital ShopeePay dalam Bima *Mobile* dapat memberikan kemudahan. Berdasarkan kebutuhan nasabah tersebut, dapat dijadikan bahan pertimbangan apabila di masa mendatang perusahaan sudah siap menyediakan fitur dompet digital dapat mengambil langkah dengan membangun hubungan kerjasama dengan dompet digital ShopeePay.

19 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tanggapan nasabah atas layanan aplikasi Bima *Mobile* saat ini nilai tertinggi terdapat pada indikator tampilan aplikasi yaitu sebesar 3,644, sedangkan yang terendah terdapat pada indikator ketersediaan fitur dengan nilai sebesar 3,182. Selanjutnya, kebutuhan nasabah atas fitur aplikasi Bima *Mobile* tertinggi terdapat pada indikator tersedianya fitur pembayaran listrik yaitu sebesar 3,759, sedangkan yang terendah pada indikator tersedianya fitur pembayaran donasi yaitu sebesar 3,583.

Perusahaan dapat mengambil langkah dengan menindaklanjuti tanggapan nasabah atas ketersediaan fitur yang menempati posisi paling rendah. Langkah ini dilaksanakan dengan melakukan pengembangan pada ketersediaan fitur aplikasi Bima *Mobile* sesuai dengan kebutuhan nasabah yang telah tertera pada hasil pemerincian yaitu dimulai dengan menyediakan fitur pembayaran listrik, fitur pembayaran telepon/internet, fitur pembelian paket data untuk semua operator, serta fitur-fitur yang lainnya sehingga kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dan mampu memberikan kepuasan konsumen di masa depan serta dapat menarik nasabah lain untuk turut menggunakan aplikasi Bima *Mobile*. Jawaban nasabah atas pertanyaan mengenai jenis dompet digital yang

dibutuhkan diperoleh hasil bahwa jenis ShopeePay memiliki peminat tertinggi. ShopeePay menjadi dompet digital yang paling dibutuhkan dibandingkan dengan dompet digital lain.

Pengembangan fitur kedepannya dapat dijadikan pertimbangan di masa mendatang. Sehingga perusahaan yang sudah siap menyediakan fitur top up dompet digital dapat mengambil langkah dengan membangun hubungan kerjasama dengan dompet digital ShopeePay.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah atas ijin dan kerjasamanya sehingga penelitian ini dapat terlaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiani, L., Sujaini, H., dan Tursina. (2020). Implementasi Sentiment Analysis Tanggapan Masyarakat Terhadap Pembangunan di Kota Pontianak. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 8(2).
- Ariesta, A. (2021). Transaksi *Mobile* dan Internet Banking Melonjak 300 Persen di 2021. (www.idxchannel.com, 22 Juni 2022).
- Bank Jateng. (2020). Aplikasi Bima *Mobile*. (<https://play.google/apps/details?id=id.co.bankjateng.bimaMobile>, 1 Juni 2022).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasan, I. (2002). Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif) Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Natalia, O. dan Tesniwati, R. (2021). The Effect of Perception of Trust, Perception of Ease of Use, Perception of Benefits, Perception of Risk and Perception of Service Quality on Interest in Using *Mobile* Banking Bank Independent in Bekasi City. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5).
- Ningtyas, D. R., Rizki, D. P., Ririh, K. R., dan Isharyadi, F. (2021). Analisis Kebutuhan Konsumen dalam Pengembangan Standar Pegangan Tangan pada Kereta Commuter Line. *Jurnal Standarisasi*, 23(3).
- Umaningsih, W. P. dan Wardani, D. W. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 5(3).
- Wahyuni, M. (2020). Statistik Deskriptif untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Wiyono, G. (2011). Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wulandari, P. W. dan Moeliono, N. N. K. (2017). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan *Mobile Banking* di Bandung. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, 10(2).
- Yusi, S. dan Idris, U. (2010). Statistika untuk Ekonomi dan Penelitian. Palembang: Citrabooks.

● **13% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 10% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 7% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	STIE Indonesia Banking School on 2022-07-21 Submitted works	3%
2	Trisakti School of Management on 2020-06-18 Submitted works	2%
3	coursehero.com Internet	1%
4	idxchannel.com Internet	<1%
5	sitaka.polines.ac.id Internet	<1%
6	repository.maranatha.edu Internet	<1%
7	eprints.walisongo.ac.id Internet	<1%
8	ojs.feb.uajm.ac.id Internet	<1%

9	core.ac.uk	Internet	<1%
10	garuda.kemdikbud.go.id	Internet	<1%
11	jurnal.stie-aas.ac.id	Internet	<1%
12	repository.pelitabangsa.ac.id	Internet	<1%
13	edutafsi.com	Internet	<1%
14	jurnal.polines.ac.id	Internet	<1%
15	repository.sttjaffray.ac.id	Internet	<1%
16	researchgate.net	Internet	<1%
17	jurnal.unismabekasi.ac.id	Internet	<1%
18	ppid.bojolali.go.id	Internet	<1%
19	riset.unisma.ac.id	Internet	<1%