

Tinjauan Literatur Model Penerimaan Teknologi dan Teori pada Aplikasi BRImo terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat

Nurhalima¹⁾, Musdalifah²⁾, Joy Nashar Utamajaya³⁾

^{1,2,3*)}Program Studi Sistem Informasi, STMIK Borneo Internasional, Balikpapan.
Jalan AW Syahrane, Batu ampar, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur 76136
email: nurhalima.18@stmik-borneo.ac.id, musdalifah.18@stmik-borneo.ac.id,
joy.nashar@stmik-borneo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana tinjauan literatur dari model penerimaan teknologi dan teori pada aplikasi BRImo yang digunakan oleh masyarakat untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah yang dimiliki. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yakni penelitian yang mendeskripsikan fakta, data dan informasi yang diperoleh dari kajian kepustakaan seperti buku, jurnal hingga hasil penelitian yang berhubungan dengan topik penelitian. Pada penelitian ini dijelaskan bahwasannya BRI mempunyai salah satu produk unggulan yang digunakan untuk menjawab tantangan kenajuan teknologi dan informasi pada ranah keuangan dan perbankan yakni BRImo atau BRI mobile banking. BRImo ini merupakan layanan perbankan yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam mengakses fasilitas perbankan tanpa harus datang ke bank. Berdasarkan model penerimaan teknologi dan teori, penggunaan aplikasi BRImo ini dibagi menjadi tiga elemen vital yakni readiness, perceived usefulness and ease to use serta perceived of risk. Ketiga elemen ini mempengaruhi aplikasi BRImo terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo. Hasil yang didapat adalah BRImo memenuhi semua elemen yang ada pada model penerimaan teknologi ini dengan nilai yang tinggi. Hal ini didasarkan pada fakta dan data yang menyebutkan bahwasannya BRImo mempunyai nilai kegunaan dan transaksi yang tinggi dalam penggunaannya. Selain itu, berdasarkan indeks kepuasan nasabah, BRImo mendapatkan nilai yang paling tinggi diantara aplikasi mobile banking yang ditawarkan oleh Bank Umum lainnya yakni sebesar 81,50%. Data ini menunjukkan bahwa BRImo menjadi aplikasi mobile banking yang mampu menjawab tantangan akan kepuasan masyarakat di Indonesia.

Kata Kunci: Model Penerimaan Teknologi dan Teori, BRImo, Kepuasan Nasabah

Abstrak

This study examines how the literature review of the technology acceptance model and theory on the BRImo application is used by the community to determine the level of customer satisfaction they have. This study uses descriptive research, namely research that describes facts, data, and information obtained from literature studies such as books, and journals to research results related to the research topic. In this study, it is explained that BRI has one of the superior products that is used to answer the challenges of advancing technology and information in the realm of finance and banking, namely BRImo or BRI mobile banking. BRImo is a banking service that makes it easy for customers to access banking facilities without having to come to the bank. Based on the technology acceptance model and theory, the use of the BRImo application is divided into three vital elements, namely readiness, perceived usefulness and ease to use, and perceived risk. These three elements affect the BRImo application on customer satisfaction in using BRImo. The results obtained are that BRImo fulfills all the elements in this technology acceptance model with a high value. This is based on facts and data which state that BRImo has a high usability and transaction value in its use. In addition, based on the customer satisfaction index, BRImo got the highest score among the mobile banking

applications offered by other commercial banks, which was 81.50%. This data shows that BRImo is a mobile banking application that can answer the challenge of community satisfaction in Indonesia.

Keywords: *Technology Acceptance Model and Theory, BRImo, Customer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Revolusi teknologi informasi dengan cepat mengubah cara pandang dan perilaku masyarakat, baik dalam gaya berkomunikasi, bekerja, maupun melakukan berbagai aktivitas komersial. Perkembangan teknologi informasi mempengaruhi sektor perbankan yang memberikan pelayanan kepada nasabah dalam pemanfaatan teknologi informasi. Penggunaan internet secara positif meningkatkan penerapan berbagai solusi perbankan, salah satunya diwujudkan melalui e-banking atau internet banking[1]. Kemajuan teknologi juga memunculkan M banking atau mobile banking yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi keuangan jarak jauh menggunakan ponsel. Selain itu, produk pembayaran elektronik lain yang dikenal dengan uang elektronik (E-Money) telah berkembang, yaitu sejumlah nilai moneter yang disimpan dalam media elektronik seperti kartu[2].

Era digital saat ini telah mengubah layanan konvensional menjadi digital. Layanan digitalisasi tidak hanya memudahkan pelanggan dengan mesin, tetapi juga membuat pelanggan bertransaksi dengan cepat, tanpa gesekan, dan memberikan kepuasan (customer experience). Salah satu bank Indonesia yang telah menerapkan layanan digital berbasis mobile banking adalah Bank Bri. Bank Bri menyadari bahwa peran teknologi informasi sangat penting dan jika tidak mengikuti perkembangan zaman akan tergeser oleh bank-bank lain yang lebih dulu mengimplementasikan layanan m-banking digital, apalagi mengingat pola kebutuhan hidup masyarakat yang semakin meningkat[3].

Mobile banking merupakan salah satu layanan yang ditawarkan oleh bank pada nasabahnya. Mobile banking ini pada prosesnya dapat digunakan untuk berbagai transaksi perbankan melalui fitur yang sudah disediakan aplikasi pada smartphone. Layanan yang ditawarkan oleh mobile banking ini adalah fitur pembayaran, transfer, history dan lainnya. Fitur layanan ini diharapkan dapat memudahkan dan menguntungkan nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan tanpa batas serta kemampuan akses bank tanpa harus datang secara langsung ke bank[4]. Salah satu mobile banking yang berkembang pesat ini adalah BRI Mobile Banking atau BRImo.

BRImo merupakan salah satu aplikasi perbankan yang secara fungsi menggabungkan beberapa fitur internet banking, mobile banking serta uang elektronik dalam satu aplikasi. Jadi bisa dikatakan bahwa fitur BRImo ini lebih kompleks secara teknologi karena menggabungkan beberapa fitur dalam satu aplikasi dan waktu. Fitur ini juga dilengkapi dengan tampilan muka yang lebih lengkap dan menarik[5]. Tidak hanya itu, BRImo juga bisa digunakan untuk melakukan berbagai pembayaran seperti pembayaran tagihan listrik hingga pembayaran barang yang dibeli secara online. Sebagai fitur internet Banking BRImo memberikan fasilitas yang secara umum dilakukan oleh mobile Banking yakni melakukan pengecekan saldo, melakukan tranfer baik ke rekening sesama maupun rekening yang berbeda, melakukan pembelian pulsa seluler hingga uang elektronik[6].

Melihat fenomena ini, dilakukan berbagai upaya untuk meyakinkan nasabah beralih dari saluran perbankan yang sifatnya tradisional menjadi lebih modern yakni menggunakan mobile banking. Hal ini bukanlah pekerjaan yang bisa dikategorikan sebagai pekerjaan yang mudah, khususnya karena masyarakat masih kurang mempunyai pemahaman mengenai fenomena ini. Statistik menunjukkan hasil empiris yakni nasabah akan mempunyai kemauan atau niat dalam menggunakan aplikasi mobile banking ini apabila mempunyai efikasi diri yang berorientasi pada persepsi manfaat, kemudahan, minimnya resiko yang ditawarkan. Lebih lanjut efikasi diri akan berpengaruh secara signifikan pada tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Aspek yang berkaitan dengan factor yang berpengaruh

ini harus menjadi focus perhatian dari setiap bank. Tujuannya adalah agar nasabah dapat termotivasi dalam menggunakan mobile banking. Selain itu, perlu adanya upaya untuk melakukan perluasan jangkauan layanan perbankan yang ditawarkan oleh mobile banking serta menjaga adanya kesinambungan kinerja yang dilakukan secara efektif dan efisien selama 24 jam sehingga manfaat yang ditawarkan bisa dirasakan oleh nasabah[7]. Berdasarkan latar belakang ini maka, peneliti akan melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana tinjauan literatur model adopsi teknologi dan teori pada aplikasi brimo terhadap tingkat kepuasan masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Mobile banking merupakan salah satu layanan yang ditawarkan oleh bank pada nasabahnya. Mobile banking ini pada prosesnya dapat digunakan untuk berbagai transaksi perbankan melalui fitur yang sudah disediakan aplikasi pada smartphone. Layanan yang ditawarkan oleh mobile banking ini adalah fitur pembayaran, transfer, history dan lainnya. Fitur layanan ini diharapkan dapat memudahkan dan menguntungkan nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan tanpa batas serta kemampuan akses bank tanpa harus datang secara langsung ke bank[4]. Salah satu mobile banking yang berkembang pesat ini adalah BRI Mobile Banking atau BRImo.

BRImo merupakan salah satu aplikasi perbankan yang secara fungsi menggabungkan beberapa fitur internet banking, mobile banking serta uang elektronik dalam satu aplikasi. Jadi bisa dikatakan bahwa fitur BRImo ini lebih kompleks secara teknologi karena menggabungkan beberapa fitur dalam satu aplikasi dan waktu. Fitur ini juga dilengkapi dengan tampilan muka yang lebih lengkap dan menarik[5]. Tidak hanya itu, BRImo juga bisa digunakan untuk melakukan berbagai pembayaran seperti pembayaran tagihan listrik hingga pembayaran barang yang dibeli secara online. Sebagai fitur internet Banking BRImo memberikan fasilitas yang secara umum dilakukan oleh mobile Banking yakni melakukan pengecekan saldo, melakukan transfer baik ke rekening sesama maupun rekening yang berbeda, melakukan pembelian pulsa seluler hingga uang elektronik[6].

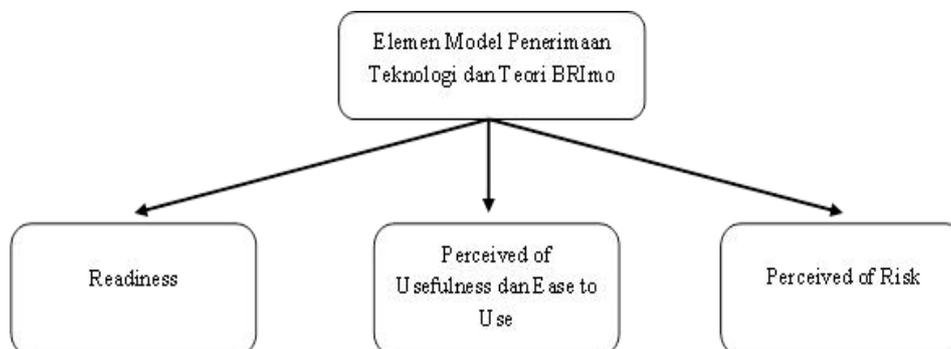
Melihat fenomena ini, dilakukan berbagai upaya untuk meyakinkan nasabah beralih dari saluran perbankan yang sifatnya tradisional menjadi lebih modern yakni menggunakan mobile banking. Hal ini bukanlah pekerjaan yang bisa dikategorikan sebagai pekerjaan yang mudah, khususnya karena masyarakat masih kurang mempunyai pemahaman mengenai fenomena ini. Statistik menunjukkan hasil empiris yakni nasabah akan mempunyai kemauan atau niat dalam menggunakan aplikasi mobile banking ini apabila mempunyai efikasi diri yang berorientasi pada persepsi manfaat, kemudahan, minimnya resiko yang ditawarkan. Lebih lanjut efikasi diri akan berpengaruh secara signifikan pada tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Aspek yang berkaitan dengan faktor yang berpengaruh ini harus menjadi focus perhatian dari setiap bank. Tujuannya adalah agar nasabah dapat termotivasi dalam menggunakan mobile banking. Selain itu, perlu adanya upaya untuk melakukan perluasan jangkauan layanan perbankan yang ditawarkan oleh mobile banking serta menjaga adanya kesinambungan kinerja yang dilakukan secara efektif dan efisien selama 24 jam sehingga manfaat yang ditawarkan bisa dirasakan oleh nasabah[8]. Berdasarkan latar belakang ini maka, peneliti akan melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana tinjauan literatur model adopsi teknologi dan teori pada aplikasi brimo terhadap tingkat kepuasan masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Model Penerimaan Teknologi dan Teori pada Aplikasi BRImo: Kajian Literatur

Model penerimaan teknologi dan teori merupakan salah satu model penelitian yang paling berpengaruh dalam studi determinan sistem informasi dan penerimaan teknologi informasi untuk memprediksi niat penggunaan dan penerimaan sistem informasi dan teknologi informasi oleh individu[9]. Model Penerimaan Teknologi telah mendapat perhatian yang cukup besar dari para peneliti di bidang sistem informasi selama dekade terakhir. Dalam Model Penerimaan Teknologi, ada dua faktor penentu termasuk kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan. Kegunaan yang dirasakan adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem informasi atau teknologi informasi tertentu akan meningkatkan pekerjaan atau kinerja hidupnya. Kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem informasi atau teknologi informasi tertentu akan bebas dari usaha[10].

Persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan secara positif mempengaruhi sikap terhadap sistem informasi; dan selanjutnya, secara positif mempengaruhi niat individu untuk menggunakan dan penerimaan sistem informasi. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan secara positif mempengaruhi persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Technology Acceptance Model telah diterapkan di berbagai bidang teknologi informasi dan sistem informasi. Model dan teori penerimaan teknologi telah diterapkan di berbagai domain untuk memahami dan memprediksi perilaku pengguna. Beberapa penelitian di bidang penerimaan teknologi, mengembangkan kerangka kerja untuk menilai penggunaan teknologi tertentu yang dikembangkan dan diimplementasikan[11]. Salah satunya adalah pada perluasan model penerimaan teknologi pada penggunaan mobile banking. Berikut adalah gambar yang menunjukkan elemen model penerimaan teknologi dan teori pada aplikasi BRImo



Gambar 1. Elemen Model Penerimaan Teknologi dan Teori pada Aplikasi BRImo

Pada model ini terdapat elemen kesiapan teknologi mengacu pada kecenderungan orang untuk merangkul dan menggunakan teknologi baru untuk mencapai tujuan dalam kehidupan rumah dan di tempat kerja. Berdasarkan skor kesiapan teknologi individu dan kesiapan teknologi, elemen ini lebih lanjut mengklasifikasikan konsumen teknologi menjadi lima segmen kesiapan teknologi penjelajah, pionir, skeptis, paranoid, dan lamban. Difusi inovasi atau kesiapan Teknologi sangat penting untuk keberhasilan implementasi organisasi karena fokus pasar[12]. Kesiapan teknologi adalah kondisi psikologis yang dihasilkan dari pikiran positif dan hambatan yang akan menentukan seseorang untuk menggunakan teknologi. Semakin kecil tingkat ancaman dari suatu teknologi (ketidakamanan dan ketidaknyamanan) akan membuat seseorang berniat untuk terus menggunakan teknologi[13].

Pada BRIimo nilai kesiapan teknologi diketahui dari pengguna *mobile banking*, ketika pengguna memiliki kepercayaan diri yang cukup maka pengguna lebih cenderung untuk terus menggunakan *mobile banking*, dan manfaatnya dapat dirasakan keberadaannya[14]. Hal ini berdasarkan fakta yakni nasabah BRI sudah menikmati perbankan online berbasis aplikasi yang canggih termasuk teknologi API yang memungkinkan pengusaha mengintegrasikan pembayaran digital dengan platform perbankan BRI mereka. Hal ini untuk mempercepat adopsi digital, penggunaan device-based mobile banking: pendapatan dari fee based income meningkat 47% pada 2020 dibandingkan 2019, transaksi internet banking meningkat 132,2%, sedangkan transaksi melalui BRI Mobile (BRIimo) naik hingga 660.5%.

Dalam model penerimaan teknologi, elemen lain yang berpengaruh adalah adalah kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan atau disebut *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan pengguna tentang teknologi informasi bahwa menggunakan teknologi akan dipisahkan dari upaya yang lebih serius daripada tidak menggunakannya. Persepsi kegunaan adalah pandangan tentang kemampuan seseorang terhadap teknologi untuk meningkatkan cara pengguna mencapai tujuan[7]. Dalam perspektif nasabah, persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkat manfaat yang dirasakan individu dalam menggunakan Teknologi. Dengan tingkat kemudahan yang memadai, teknologi akan mengurangi tenaga dan biaya dalam mempelajari Teknologi ini. Semakin banyak penggunaan teknologi informasi dilakukan dengan upaya minimum, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan teknologi ini [15]. Pada BRIimo persepsi kegunaan yang dirasakan serta kemudahan pengguna, berdasarkan Laporan Tahunan BRI tahun 2020 menyebutkan bahwasanya BRIimo mempunyai kedua persepsi yang sangat baik. Hal ini berdasarkan fakta yakni pada tahun 2021, jumlah transaksi digital melalui e-channel Bank BRI mencapai 5,7 miliar transaksi. Sementara itu, dari sisi volume, Bank BRI mampu mencatatkan Rp 4.617 triliun, meningkat 57% dibandingkan periode yang sama tahun 2020, bahkan jika dibandingkan dengan periode sebelum pandemi terjadi peningkatan sebesar 68%. Salah satu e-channel terkemuka BRI yaitu BRIimo memberikan kontribusi 25% atau Rp 1,165 triliun dan ini dibuktikan dengan tren yang terus meningkat setiap tahunnya sebesar 169%.

Elemen terakhir yang berpengaruh sesuai dengan model penerimaan teknologi ini adalah risiko yang dirasakan adalah dampak negatif yang dapat timbul dari tindakan konsumen yang kemudian akan mengarah pada konsep penting dalam hubungan konsumen. Terdapat hubungan antara penggunaan *mobile banking* dan hubungannya dengan nilai-nilai yang ada pada individu sehingga menyebabkan terjadinya hambatan fungsional dan psikologis berasal dari layanan, saluran, konsumen, dan komunikasi. Risiko yang dirasakan sebagai ekspektasi yang menyebabkan hasil keputusan yang merugikan atau kerugian subjek dalam pengambilan keputusan konsumen ketika ada ketidakpastian. Niat untuk menggunakan *mobile banking* biasanya lebih kompleks daripada pembelian online dan melibatkan risiko yang melekat karena memulai hubungan antara konsumen dan layanan perbankan. Untuk individu dengan penerimaan risiko tinggi, pengaruh persepsi risiko terhadap niat untuk menggunakan *mobile banking* lebih rendah daripada individu dengan penerimaan risiko rendah. Kekhawatiran pengguna tentang privasi, risiko keamanan dan risiko fungsional akan menjadi salah satu penentu utama niat untuk menggunakan *mobile banking*. Beberapa penelitian menemukan bahwa persepsi risiko memiliki dampak signifikan terhadap adopsi *mobile banking*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan jatra tahun 2022, didapatkan data yang menyebutkan variabel persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel proses pengambilan keputusan menggunakan aplikasi BRIimo. Artinya, semakin rendah persepsi risiko nasabah terhadap aplikasi BRIimo, maka semakin tinggi tingkat keputusan nasabah untuk menggunakan aplikasi BRIimo. Hasil ini juga didukung oleh teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa persepsi mencakup semua proses yang dilakukan oleh seseorang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, persepsi risiko muncul karena ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika tidak dapat melihat konsekuensi dari tindakan tersebut. keputusan yang mereka buat. Persepsi risiko yang dirasakan konsumen dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

B. Tingkat Kepuasan Masyarakat terhadap Aplikasi BRImo

Mobile banking merupakan salah satu inovasi yang dikembangkan untuk melakukan transaksi keuangan perbankan melalui smartphone mulai dari cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, informasi, dan layanan perbankan lainnya yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Layanan ini memiliki peluang besar bagi bank untuk memberikan nilai tambah bagi penggunaannya. Pemasaran produk *mobile Banking* dapat memiliki implikasi langsung terhadap adopsi teknologi. *Mobile banking* dapat diartikan sebagai layanan perbankan yang diciptakan untuk mendukung kemudahan dan kelancaran nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan sehingga muncul nilai yang efektif dan efisien dalam melakukan aktivitas transaksi di bidang perbankan. Hal ini tentunya tidak akan maksimal jika perangkat media tidak mendukungnya dalam mengoptimalkan aktivitas *mobile banking*[13].

Mobile banking adalah layanan fasilitas swalayan yang meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan mobilitas nasabah dalam mengakses layanan bank dari perangkat mobile mereka setiap saat selama mereka terhubung dengan internet secara bijak, tanpa kehadiran pegawai bank atau jaringan tetap. mesin. Nasabah dapat mengakses layanan keuangan bank melalui m-banking seperti cek saldo, transfer rekening, dan pembayaran tagihan. Perkembangan teknologi ini memungkinkan bank untuk memuaskan nasabah dengan solusi aman melalui *mobile banking*. Kepuasan pelanggan ini didefinisikan sebagai penentu utama pencapaian pemasaran, dengan basis konsumen yang terpenuhi dengan asumsi peran mendasar dalam mencapai daya saing perusahaan. Selain itu, ini bergantung pada kapasitas organisasi untuk memenuhi persyaratan dan kebutuhan pasar targetnya.

Berdasarkan Customer Satisfaction Index (CSI) yang dilakukan oleh BRI dalam menguji tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BRImo yang dimiliki didapatkan hasil bahwasanya masyarakat mempunyai kepuasan yang tinggi terhadap layanan BRImo. Tidak hanya itu, berdasarkan Survey Satisfaction, Loyalty and Engagement (SLE) di tahun 2021 menjadi layanan *mobile banking* terbaik di Indonesia versi dari Penelitian Pemasaran dan Infobank Indonesia. Nilai yang diperoleh BRImo ini adalah sebesar 81,50% yang berasal dari penelitian kelompok Bank Umum[1].

Kepuasan nasabah pengguna BRImo dikaitkan dengan beberapa indikator seperti kepuasan umum atau keseluruhan (*overall satisfaction*) berupa kesiapan nasabah, kegunaan dan kemudahan serta tingkat resiko yang rendah menunjukkan bahwasannya indikator aplikasi BRImo tidak mempunyai masalah yang vital. Walaupun tentu pada prosesnya masih ada nasabah yang merasakan kendala dalam menggunakan aplikasi BRImo. Beberapa nasabah pengguna BRImo berdasarkan data dan fakta yang dijabarkan merasa puas dengan elemen yang dijadikan indikator. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah puas menggunakan aplikasi BRImo.

4. KESIMPULAN

Pada penelitian ini didapatkan hasil yang menyebutkan bahwasannya model penerimaan teknologi dan teori yang digunakan pada aplikasi BRImo ini membagi determinan sistem informasi dan komunikasi yang dimiliki menjadi tiga elemen penting yakni tingkat kesiapan nasabah dalam menerima kemajuan teknologi, tingkat kegunaan dan kemudahan yang didapatkan dari penggunaan BRImo serta tingkat resiko yang diterima masyarakat atau nasabah dalam prosesnya menggunakan aplikasi BRImo. Pada ketiga elemen ini didapatkan hasil bahwa BRImo mempunyai nilai penerimaan teknologi yang sangat baik. Hal ini ditunjukkan dari hasil data laporan tahunan BRI tahunan yang menyebutkan bahwasannya aplikasi BRImo mengalami peningkatan pengguna setiap tahun hingga 169% per tahun Tidak hanya itu, jumlah transaksi yang dilakukan menggunakan BRImo juga mengalami peningkatan berkali kali lipat hingga di angka 660.5% kenaikan. Melalui data ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat atau nasabah mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap penggunaan BRImo. Sehingga tidak mengejutkan apabila tingkat kepuasan masyarakat terhadap penggunaan aplikasi BRImo sangat

tinggi. Hal ini didasarkan pada data yang dikemukakan oleh Customer Satisfaction Index (CSI) dengan nilai tertinggi diantara Bank Umum lainnya yakni sebesar 81,50%.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] BRI. (2021). *Laporan Keberlanjutan BRI 2020: Together, Striving Towards Sustainable Business*.
- [2] Chen, S.-C., Li, C.-Y., & Li, S.-H. (2011). Recent Related Research in Technology Acceptance Model: A Literature Review. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1(9), 24. http://ridum.umanizales.edu.co:8080/jspui/bitstream/6789/377/4/Muñoz_Zapata_Adriana_Patricia_Artículo_2011.pdf
- [3] Kakihary, N. L. (2021). Pieces Framework for Analysis of User Satisfaction Internet of Things-Based Devices. *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(2), 243–252. <https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i2.119>
- [4] Lai, P. (2017). the Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752017000100002>
- [5] Listiana Pebriyanti, H., Kartono, R., & Moro Sundjaja, A. (2021). The Effect Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk And Technology Readiness On Intention To Use E-Banking In Jakarta. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(10), 6829–6836.
- [6] Musyaffi, A. M., Mulyani, S., & Suraida, I. (2021). Lack of Readiness of Digital Banking Channel Acceptance: Study on TAM 3 and Technology Readiness. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(Special Issue 4), 1–18.
- [7] Pancasari, K., & Harsono, S. (2020). The Influence of Self-Efficacy on Customer Intention to Use BRImo Application by Mediating The Perceived Usefulness, Easy of Use and Risk at BRI Bank in Surabaya. *Unlocing New Markrting Strategies on ASEAN After Covid-19 Pandemic*, 92–97.
- [8] Pechinthorn, K., Zin, K. S. T., & Astillero, M. R. (2020). A Study of the Factors Leading to the Development of Customer Satisfaction: A Case Study of A Private Banking Institution in Mandalay, Myanmar. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 4(1), 1–8.
- [9] Purnomo, D., Yusuf Ronny Edward, Syaifuddin, & Sofiyani. (2022). The Effect Of Marketing Communications Strategy And Promotion On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As A Moderating Variable In Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk Especially In Work Units Kcp Diski Year 2019. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(2), 319–324. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i2.490>
- [10] Rachmawati, I. K., Bukhori, M., Majidah, Y., Hidayatullah, S., & Waris, A. (2020). Analysis Of Use Of Mobile Banking With Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(08), 534–540. www.ijstr.org
- [11] Ramadhani, S. (2018). PIECES Framework untuk Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna dan Kepentingan Sistem Informasi. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, 4(2). <https://doi.org/10.26905/jtmi.v4i2.2101>
- [12] Santosa, C. R., & Jatra, I. M. (2022). The Effect of Customer Experience , Online Review and Perceived Risk on the Decision Process Using Mobile Banking Applications. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 67–71. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.3.1414>
- [13] Saputra, A. R., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2022). Influence of Service Quality and Customer Satisfaction of the BRImo Application on Customer Loyalty. *International Journal of Business, Economics & Management*, 5(1), 1–5. <https://doi.org/10.21744/ijbem.v5n1.1817>
- [14] Shehzad, H. M. F., Ibrahim, R., & Khaidzir, K. A. M. (2022). A Literature Review of Technology Adoption theories and Acceptance models for novelty in Building Information Modeling Merging Genetic Algorithm with Different Classifiers for Cancer Classification using Microarrays View project. *Journal of Information Technology Management*, February, 84–111. <https://doi.org/orcid.org/10.22059/jitm.2022.84886>
- [15] Sofyan, M., Minh, T. T., & Natision, A. (2021). Analysis of Customer Satisfaction and Loyalty Using BRImo. *International Journal of Management (IJMM)*, 2(1), 51–55. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v2i4.263>