

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI M-BANKING BCA TERHADAP PENINGKATAN TRANSAKSI PENJUALAN PADA TOKO OBAT BINTANG TERANG DI PEMATANGSIANTAR

Lysia Saragih¹, Wenni Natasya Turnip², Dermawan Perangin-Angin³

lysiasaragih4@gmail.com¹, wenninatasyaturnip2@gmail.com²,

darmawanperanginangin78@gmail.com³

Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi M-Banking BCA terhadap peningkatan transaksi penjualan di Toko Obat Bintang Terang. Variabel X yang diteliti meliputi frekuensi penggunaan, kemudahan penggunaan, kegunaan, serta kepercayaan dan keamanan, sedangkan variabel Y adalah peningkatan transaksi penjualan. Metode penelitian menggunakan metode Accidental Sampling dengan jumlah responden 30 orang, serta analisis data melalui uji korelasi Pearson (r), Uji regresi linier sederhana, Uji koefisien determinasi (R^2), dan uji t . Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel memiliki pengaruh positif yang kuat dalam peningkatan transaksi penjualan dan berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan. Dengan demikian, penggunaan aplikasi M-Banking BCA terbukti berperan penting dalam meningkatkan transaksi penjualan di Toko Obat Bintang Terang.

Kata Kunci: M-Banking BCA, Kemudahan, Kepercayaan, Peningkatan Transaksi Penjualan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of using the BCA Mobile Banking application on increasing sales transactions at the Bintang Terang Drugstore. The X variables studied include frequency of use, ease of use, usefulness, and trust and security, while the Y variable is the increase in sales transactions. The research method used Accidental Sampling with 30 respondents, and data analysis through the Pearson correlation test (r), simple linear regression test, coefficient of determination test (R^2), and simultaneous F test. The results show that all variables have a strong positive influence on increasing sales transactions and have a significant effect both partially and simultaneously. Thus, the use of the BCA Mobile Banking application has been proven to play a significant role in increasing sales transactions at the Bintang Terang Drugstore.

Keywords: *BCA Mobile Banking, Convenience, Trust, Increased Sales Transactions.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital mendorong munculnya layanan perbankan berbasis mobile (M-Banking) yang memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi keuangan secara cepat dan praktis. Menurut OJK (2025), transaksi perbankan digital di Indonesia terus mengalami peningkatan rata-rata lebih dari 25% per tahun, dengan BCA Mobile menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan dengan nilai transaksi mencapai Rp 87 kuadriliun pada tahun akhir 2024 atau naik 50,6% dibandingkan sebelumnya (DetikFinance, 2024). Bank Indonesia juga mencatat bahwa pada kuartal I 2025 total transaksi ekonomi dan keuangan digital mencapai 10,76 miliar transaksi, meningkat 33,5% secara tahunan (BI, 2025).

Salah satu aplikasi yang paling populer adalah BCA Mobile, yang pada triwulan pertama tahun 2025 telah memiliki sekitar 33,4 juta pengguna dengan total transaksi 8,8 miliar kali atau meningkat 22,2% dibandingkan tahun sebelumnya (Bisnis.com, 2025). Ini menunjukkan bahwa penggunaan Mobile Banking semakin diterima oleh masyarakat, sejalan dengan permintaan untuk layanan keuangan yang lebih efisien, praktis, dan aman.

Toko Obat Bintang Terang turut merasakan dampaknya, dimana pelanggan kini lebih mudah bertransaksi tanpa uang tunai. Kondisi ini berpotensi meningkatkan penjualan. Walaupun masih ada tantangan seperti keterbatasan pemahaman pengguna, akses internet, dan keamanan dalam transaksi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan M-Banking BCA terhadap peningkatan transaksi penjualan pada Toko Obat Bintang Terang.

Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh penggunaan aplikasi M-Banking BCA terhadap peningkatan transaksi penjualan di Toko Obat Bintang Terang?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi M-Banking BCA terhadap peningkatan jumlah transaksi penjualan di Toko Obat Bintang Terang.

KAJIAN TEORI

Penggunaan Aplikasi M-Banking BCA

Penggunaan M-Banking BCA adalah layanan perbankan yang di akses melalui smartpone. Dengan aplikasi ini, masyarakat dapat melakukan berbagai transaksi seperti transfer, pembayaran, pembelian tanpa datang ke kantor cabang bank. Menurut OJK, platform perbank digital dirancang untuk menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi, sehingga pengguna dapat mengaksesnya kapan dan di mana saja. OJK juga menekankan bahwa perubahan digital dalam sektor keuangan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam operasional, kualitas layanan, serta memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan.

Berdasarkan studi terkini yang dilakukan oleh Euglezyano dan Murtiasih (2025), adapun faktor tertentu yang mempengaruhi minat dalam menggunakan aplikasi M-Banking BCA. Disini, persepsi kepercayaan dan biaya terbukti memiliki dampak positif. Temuan ini menekankan bahwa kepercayaan pengguna adalah elemen kunci dalam adopsi layanan perbankan digital, khususnya pada BCA Mobile.

Penggunaan M-Banking BCA di pengaruhi beberapa hal, seperti rasa aman dan percaya dari pengguna, karena masyarakat hanya memakai jika data dan transaksinya terlindungi selain itu, layanan yang cepat, mudah di akses kapan saja, hemat waktu, dan biaya juga jadi alasan untuk orang memilihnya. Bagi usaha kecil seperti Toko Obat Bintang Terang, M-Banking memberikan banyak manfaat karena pelanggan bisa bayar tanpa uang tunai, transaksi jadi lebih praktis, cepat, dan aman, sekaligus berpotensi meningkatkan penjualan serta membuat usaha lebih berkembang.

Peningkatan Transaksi Penjualan

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa penjualan adalah suatu proses pertukaran yang bertujuan untuk menciptakan nilai bagi perusahaan melalui peningkatan pendapatan dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian oleh Aslam et al. (2022), penerapan sistem pembayaran digital telah terbukti mampu meningkatkan volume penjualan serta memperluas jangkauan pasar, khususnya untuk usaha mikro, kecil, dan menengah. Penggunaan aplikasi M-Banking BCA ini memberikan pengaruh positif terhadap penjualan di Toko Obat Bintang Terang. Dengan layanan yang mudah, cepat, dan aman, pelanggan lebih nyaman bertransaksi sehingga frekuensi pembelian meningkat. Kemudahan pembayaran tanpa uang tunai juga mempercepat proses transaksi, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan penjualan toko.

Faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi M-Banking BCA

Penggunaan aplikasi M-Banking semakin berperan penting dalam meningkatkan efektivitas transaksi pada dunia usaha. Menurut Amin et al. (2008) terdapat 5 faktor yang

mempengaruhi penggunaan Aplikasi M-Banking BCA:

1. Frekuensi penggunaan M-Banking → Jumlah transaksi meningkat
2. Semakin sering pelanggan memakai M-Banking, semakin banyak transaksi yang tercatat karena pembayaran lebih praktis.
3. Kemudahan penggunaan → Kenyamanan pelanggan meningkat
4. Aplikasi yang mudah digunakan membuat pelanggan tidak ragu berbelanja sehingga memperbesar peluang pembelian berulang.
5. Kegunaan → Efisiensi waktu
6. Proses transaksi lebih cepat dibanding pembayaran tunai, sehingga melayani lebih banyak pelanggan dalam waktu singkat.
7. Kepercayaan dan keamanan → Loyalitas Pelanggan
8. Rasa aman dalam bertransaksi mendorong pelanggan tetap menggunakan M-Banking, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan.
9. Aksesibilitas → Mendorong pembelian spontan
10. Pelanggan dapat membayar kapan saja, bahkan diluar jam sibuk, sehingga memperluas kesempatan penjualan.

Faktor yang mempengaruhi transaksi pada Aplikasi M-Banking BCA

Faktor-faktor yang mempengaruhi transaksi meliputi kemudahan penggunaan, kepercayaan, fitur yang tersedia dan persepsi nilai.

1. Kemudahan penggunaan: Aplikasi yang mudah untuk dijelajahi dan dipahami akan meningkatkan jumlah transaksi. Pengguna akan lebih cenderung menggunakan M-Banking secara rutin jika mereka merasa nyaman dan tidak menghadapi kesulitan saat melakukan transaksi
2. Kepercayaan: Keyakinan akan keamanan aplikasi dan kerahasiaan informasi pribadi sangatlah krusial. Pengguna perlu merasa percaya bahwa transaksi yang mereka lakukan aman dan terhindar dari penipuan atau kebocoran data.
3. Fitur yang tersedia: Adanya fitur-fitur yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan pengguna juga berpengaruh terhadap frekuensi transaksi. Fitur seperti pengiriman uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan akses informasi saldo rekening yang mudah akan meningkatkan ketertarikan pengguna untuk bertransaksi menggunakan M-Banking BCA
4. Jika pengguna merasakan bahwa M-Banking BCA memberikan manfaat seperti efisiensi waktu, penghematan biaya, dan kemudahan, mereka akan lebih termotivasi untuk melakukan transaksi melalui aplikasi M-Banking BCA ini.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teori di atas, hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

- Hipotesis (H_0):
Penggunaan aplikasi M-Banking BCA tidak berpengaruh positif terhadap peningkatan jumlah transaksi penjualan di Toko Obat Bintang Terang.
- Hipotesis (H_1):
Penggunaan aplikasi M-Banking BCA berpengaruh terhadap peningkatan jumlah transaksi penjualan di Toko Obat Bintang Terang.

METODE

Dalam studi ini diterapkan metode pengambilan sampel secara kebetulan, yaitu teknik yang memilih sampel berdasarkan keadaan yang muncul secara acak, dimana setiap konsumen yang melakukan transaksi melalui M-banking dijadikan responden. Pendapat Sugiyono (2019) mendukung hal ini, dimana Ia menjelaskan bahwa pengambilan sampel

secara kebetulan adalah cara menentukan sampel berdasarkan individu yang secara tiba-tiba berinteraksi dengan peneliti dan dianggap sesuai sebagai sumber informasi.

Dalam penelitian ini, beberapa jenis analisis statistik diterapkan. Pertama, menggunakan Uji r (Korelasi Pearson) untuk menilai tingkat hubungan antara variabel. Selanjutnya, untuk memahami pengaruh variabel X terhadap variabel Y , diterapkan Regresi Linier Sederhana. Regresi linier sederhana digunakan untuk menampilkan hubungan linier antara satu variabel (X) dan satu variabel (Y) dengan rumus umum $Y=a+bX$, di mana Y adalah variabel dependen, X adalah variabel independen, a merepresentasikan intersep, dan b adalah koefisien regresi. Penghitungan koefisien regresi (b) dilakukan dengan menggunakan metode *least squares*. Selain itu, Uji Koefisien Determinasi (R -squared) diaplikasikan untuk menilai seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Analisis deskriptif juga diterapkan untuk memberikan ringkasan statistik dasar dari data, seperti rata-rata (mean), median, deviasi standar, dan rentang nilai. Melalui analisis ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara penggunaan M-Banking BCA dan peningkatan transaksi penjualan di Toko Obat Bintang Terang.

Populasi Penelitian

Populasi merupakan sekumpulan elemen yang sejenis namun dapat dikenali satu sama lain melalui ciri-cirinya. Menurut Sugiyono (2012), populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan selanjutnya diambil kesimpulan.

Dalam kajian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh konsumen Toko Obat Bintang Terang yang melakukan transaksi pembelian menggunakan Aplikasi M-Banking BCA dalam periode penelitian ini.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini digunakan dengan metode **Accidental Sampling yang di mana menurut Sugiyono(2019) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang tersebut dipandang cocok sebagai sumber data.** Maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 yang bertransaksi menggunakan M-Banking BCA.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Observasi digunakan untuk mengamati konsumen yang menggunakan metode pembayaran M-Banking BCA.

Metode Analisis

Metode analisis data dalam penelitian ini, yaitu:

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta jawaban terhadap indikator variabel penelitian. Data ditampilkan dalam bentuk distribusi frekuensi, persentase, mean, dan standar deviasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik konsumen Toko Obat Bintang Terang yang menggunakan M-Banking BCA. Sebagian besar responden berada dalam rentang usia 21 hingga 40 tahun dan memiliki pendidikan paling rendah SMA, yang mengindikasikan pemahaman yang baik tentang keunagan dan teknologi digital. Tingkat penggunaan M-Banking termasuk tinggi, terutama untuk transaksi non-tunai dan transfer, karena dianggap

lebih mudah dan efisien dibandingkan dengan poembayaran tunai.

Karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1	<20 =Tahun	2	6,7
2	21-30 Tahun	11	36,7
3	31-40 Tahun	10	33,3
4	>40 Tahun	7	23,3
	Total	30	100%

Sumber: Pengolahan data dengan program Ms. Excel

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden berusia antara 21-30 tahun, yaitu sebanyak 11 orang (36.7%). Kelompok usia 31-40 tahun berada di urutan kedua dengan 10 orang (33.3%), diikuti oleh responden berusia di atas 40 tahun sebanyak 7 orang (23.3%). Responden dengan usia di bawah 20 tahun merupakan kelompok terkecil, yaitu hanya 2 orang (6.7%).

Tabel 2. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1	Laki-laki	13	43,3
2	Perempuan	17	56,7
	Total	30	100%

Sumber: Pengolahan data dengan program Ms. Excel

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 17 orang (56.7%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 13 orang (43.3%)

Tabel 3. Jumlah responden berdasarkan pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1	SMA/SMK	12	40,0
2	Diploma	5	16,7
3	Sarjana(S1)	10	33,3
4	Pascasarjana	3	10,0
	Total	30	100%

Sumber: Pengolahan data dengan program Ms. Excel

Berdasarkan tabel di atas, sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK, yaitu sebanyak 12 orang (40.0%). Responden dengan pendidikan Sarjana (S1) berjumlah 10 orang (33.3%), diikuti oleh responden dengan pendidikan Diploma sebanyak 5 orang (16.7%), dan Pascasarjana sebanyak 3 orang (10.0%).

Tabel 4. Jumlah responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1	Pelajar/Mahasiswa	4	13,3
2	Karyawan Swasta	11	36,7
3	PNS/TNI/Polri	4	13,3
4	Wiraswasta	9	30,0
5	Lainnya	2	6,7
	Total	30	100%

Sumber: Pengolahan data dengan program Ms. Excel

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden berprofesi sebagai karyawan swasta, yaitu sebanyak 11 orang (36.7%). Wiraswasta menempati urutan kedua dengan 9 orang (30.0%). Pelajar/mahasiswa dan PNS/TNI/Polri masing-masing berjumlah 4 orang (13.3%), dan kelompok "Lainnya" berjumlah 2 orang (6.7%).

Tabel 5. Hasil Analisis Deskriptif

NO	VARIABEL/INDIKATOR	SS	S	RG	TS	STS	MEAN	SD
1	Frekuensi penggunaan M-Banking	12	11	5	2	0	4,12	0,68
2	Kemudahan penggunaan	15	13	2	0	0	4,35	0,55
3	Kegunaan	14	12	3	1	0	4,28	0,61
4	Kepercayaan & Keamanan	11	11	5	3	0	4,10	0,72
5	Peningkatan Transaksi Penjualan	13	12	3	2	0	4,22	0,64

Kesimpulan data yang diolah (2025) :

Mayoritas responden berada pada kategori

Setuju(S)= 11-13 orang dan Sangat setuju(SS)= 11-15 orang

Kategori Ragu-ragu(RR)= 2-5 orang sekitar 10-17%,

Sedangkan Tidak setuju(TS)= 0-3 orang dibawah 10% dan

Sangat tidak setuju(STS)= 0 hampir tidak ada

Uji Hipotesis

- Uji T digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
- Regresi Linear Sederhana untuk menemukan persamaan garis lurus terbaik yang menggambarkan hubungan antara X dan Y
- Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi.

Uji t (Parsial)

Digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel X terhadap Y

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.091	6.863		1.616	.118
Frekuensi penggunaan m banking	-.009	.259	-.007	-.036	.972
Kepercayaan & keamanan	.436	.192	.422	2.266	.032
Peningkatan transaksi penjualan	.093	.203	.090	.459	.650

(Sumber: Hasil pengolahan data penelitian 2025)

Berdasarkan tabel 6 di atas hasil pengujian hipotesis parsial diketahui bahwa penggunaan M-Banking BCA memberikan pengaruh yaitu sebesar 81,3% sedangkan sisanya sebesar 18,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Melalui uji t diperoleh bahwa berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada gambar di atas menunjukkan hipotesis H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana diterapkan pada pengaruh penggunaan M-Banking BCA

terhadap peningkatan transaksi penjualan. Persamaan regresi menunjukkan hubungan linier yang paling baik antara X dan Y.

Tabel 7. Hasil Regresi linear sederhana

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.091	6.863		1.616	.118
Frekuensi penggunaan m banking	-.009	.259	-.007	-.036	.972
Kepercayaan & keamanan	.436	.192	.422	2.266	.032
Peningkatan transaksi penjualan	.093	.203	.090	.459	.650

(Sumber: Hasil pengolahan data penelitian 2025)

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan keamanan berpengaruh sebesar 42,2%, sedangkan penggunaan M-Banking BCA terhadap peningkatan transaksi penjualan berpengaruh sebesar 9,7% faktor lain yang tidak dibahas di dalam penelitian ini sisanya dipengaruhi sebesar 57,8%. Jadi, frekuensi pemakaian M-Banking BCA akan menyebabkan peningkatan transaksi penjualan terhadap Toko Obat Bintang Terang.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) mengukur proporsi variasi variabel (X) yang dapat dijelaskan oleh variabel (Y) dalam model regresi.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.453 ^a	.205	.114	2.221

(Sumber: Hasil pengolahan data penelitian 2025)

Berdasarkan tabel 8 hasil regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,114 atau 11,4%. Ini menunjukkan bahwa variabel keputusan penggunaan M-Banking BCA pada Toko Obat Bintang Terang adalah sebesar 11,4%. sedangkan sisanya sebesar 0,886 atau 88,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan ,maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

Penggunaan aplikasi M-Banking BCA terbukti berpengaruh positif dan kuat dalam peningkatan transaksi penjualan di Toko Obat Bintang Terang. Hasil menunjukkan bahwa semua indikator (frekuensi penggunaan, kemudahan penggunaan, kegunaan, serta kepercayaan & keamanan) berpengaruh signifikan terhadap transaksi peningkatan

penjualan. hasil uji kolerasi pearson (r), uji regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi (R^2), dan uji t . Menunjukkan bahwa Penggunaan aplikasi M-Banking BCA memberikan pengaruh yang signifikan terhadap transaksi peningkatan penjualan di Toko Obat Bintang Terang. Dengan demikian, semakin sering, mudah, bermanfaat, aman, dan dapat diaksesnya aplikasi M-Banking BCA, maka semakin tinggi pula transaksi dan pertumbuhan penjualan di Toko Obat Bintang Terang.

Saran

1. Bagi Toko Obat Bintang Terang

Mendorong pelanggan lebih sering menggunakan M-Banking dengan memberikan informasi, edukasi, atau promo khusus untuk pembayaran non-tunai.

Menyediakan fasilitas pendukung seperti jaringan internet yang stabil di toko agar transaksi M-Banking lebih lancar.

Meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan memberikan jaminan keamanan transaksi (misalnya, konfirmasi pembayaran yang jelas dan cepat).

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat memperluas penelitian ke usaha kecil lain untuk membandingkan efektivitas penggunaan M-Banking di berbagai sektor.

Menambahkan variabel lain seperti promosi digital atau kepuasan pelanggan untuk melihat faktor tambahan yang memengaruhi penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aslam, W., Arif, M., & Akram MS. Sistem pembayaran digital dan kinerja penjualan UKM: Bukti dari pasar negara berkembang. *J Bisnis dan Ekon* 14(2):45-57.
- DetikFinance. Transaksi Mobile Banking BCA Capai Rp87 Kuadriliun.
- Euglezyano, R., & Murtiasih S. Kepercayaan dan persepsi biaya dalam adopsi perbankan seluler: Kasus BCA Mobile. *J Ekon Digit* 7(1):12-25.
- Hakimjon H, Akobir N. *American Journal of Economics and Business Management*. Am J Econ Bus Manag. 2025;8(1):198-204.
- [Http://Bisnis.com](http://Bisnis.com). Pengguna BCA Mobile Tembus 33,4 Juta Di Awal 2025.
- Indonesia. B. Statistik Transaksi Ekonomi Dan Keuangan Digital Kuartal.
- Kotler, P., & Keller KL. *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-15). Pearson Education. Presented at: (OJK). OJK. *Tatistik Perbankan Digital Indonesia 2025*. Jakarta: OJK.
- RAMADHAN A. Analisis Faktor Faktor Yang Memengaruhi Konsumen M-Banking Bca Untuk Terus Menggunakan Layanan M-Banking Bca. Published online 2022.
- Rithmaya CL. Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank BCA dalam menggunakan ininternet banking. *J Ris Ekon Dan Manaj*. 2016;16(1):160.
- Sahir SH. *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia; 2021.
- Veonnita R, Rojuaniah R. Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas melalui kepercayaan nasabah pengguna mobile banking BCA. *INOBISS J Inov Bisnis Dan Manaj Indones*. 2022;6(1):68-78.