

Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking di Kudus

Hardiyanti

Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Kudus

Email korespondensi: hardiyantiantie98@gmail.com

Abstract

Over the past two years since the Covid-19 pandemic in Indonesia, all business trends have implemented information system discipline by maximizing the use of Mobile Banking applications. This trend focuses on providing financial banking services using Android devices and is a major transaction for today's diverse everyday needs. This study aims to clarify the importance of mobile banking applications in the kudu banking sector. The data was collected using questionnaires distributed to 300 customers from several Islamic banks in Kudoz. The results showed that there was no statistically significant difference between user and non-user lifestyle patterns in mobile banking applications. However, users' lifestyle patterns have some common themes. Fashion, leadership, family awareness, health awareness, negligence, public awareness, and usefulness all have a significant impact on mobile application users, but cost awareness is where users use mobile banking applications. It does not have a significant impact on the methodology.

Keywords: Mobile Banking Application, Lifestyle, Islamic Bank

Saran sitasi: Hardiyanti. (2022). Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking di Kudus. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 335-340. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4596>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4596>

1. PENDAHULUAN

Teknologi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita sehari-hari, karena setiap individu atau organisasi bisnis menggunakan teknologi informasi untuk melakukan transaksi bisnisnya. Dunia baru ini telah menyaksikan banyak perubahan, sebagai akibat dari perkembangan yang menguntungkan dalam teknologi informasi dan komunikasi. Semenjak Indonesia dirundung pandemic Covid-19, semua tren bisnis beralih ke mode online. Termasuk para nasabah perbankan juga lebih memilih menggunakan aplikasi Mobile Banking untuk melakukan berbagai transaksi kebutuhan sehari-hari. Salah satu manfaat utama telah untuk aplikasi Mobile Banking ini memberikan peluang yang lebih baik untuk membangun saluran e-banking alternatif, untuk memberikan layanan perbankan kepada semua orang, baik secara cepat maupun hemat biaya. Manfaat ini lebih menonjol dalam kasus saluran Mobile Banking, dibandingkan dengan saluran e-banking lainnya seperti internet dan ATM. Alasannya sederhananya adalah di negara

berkembang pengguna ponsel jauh lebih besar daripada internet. (Maulidiyah 2017)

Bank-bank di Indonesia juga menciptakan inovasi teknologi baru, seperti memperbaharui aplikasi Mobile Banking dengan maksimal dalam memberikan layanan perbankan mereka. Karena itu, perlu mempelajari gaya hidup konsumen untuk lebih memahami aktivitas, minat dan pendapat mereka untuk menciptakan kesadaran, karena merupakan salah satu faktor terpenting yang dapat menentukan keberhasilan penggunaan Mobile Banking. Karena sebagian besar konsumen mungkin tidak akrab dengan mereka dan tujuan mereka. Beberapa saluran komunikasi yang paling efektif dengan nasabah adalah aplikasi perbankan di android. (Alalwan et al. 2018)

Sarana komunikasi ini dapat sangat memperluas basis data nasabah, menghemat waktu dan tenaga untuk nasabah dan staf. Hal ini dapat menyebabkan peningkatan keuntungan bagi bank syariah di Kudus. Karena efek yang besar ini, kebutuhan konsumen mungkin sama meskipun memiliki gaya hidup yang

berbeda. Saat ini, konsumen dipengaruhi oleh banyak layanan yang ditawarkan oleh bank. Jadi, bank perlu mempelajari gaya hidup konsumen untuk mengetahui bagaimana menawarkan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka, dan dalam prosesnya, mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar yang dinamis ini (Tirtana and Sari 2014). Penelitian ini menekankan pentingnya pola gaya hidup, aktivitas, minat, dan opini nasabah Bank Syariah di Kudus, serta pengaruhnya terhadap penggunaan aplikasi Mobile Banking. Oleh karena itu, penelitian ini akan menguji korelasi antara Mobile Banking dan pola gaya hidup pengguna Mobile Banking untuk mengetahui apakah pola gaya hidup mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan aplikasi Mobile Banking dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: (1) Apa pengaruh yang dirasakan dari gaya hidup nasabah bank dalam menggunakan aplikasi Mobile Banking di masyarakat Kudus? (2) Apa dimensi terpenting dari gaya hidup nasabah yang dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi Mobile Banking?

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membantu Bank Syariah di Kudus untuk lebih memahami nasabah mereka, karena hal ini dapat mengurangi biaya dan memaksimalkan keuntungan bagi bank. Lebih lanjut, artikel ini merupakan salah satu dari sedikit penelitian yang menyelidiki pengaruh pola gaya hidup nasabah terhadap penggunaan aplikasi Mobile Banking dalam konteks negara berkembang. Selain itu, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana pola gaya hidup dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi Mobile Banking.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Variabel Independen

Gaya hidup pelanggan sebagai tingkat ekonomi di mana orang hidup, bagaimana mereka menghabiskan uang mereka dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Aktivitas pelanggan mengacu pada aktual perilaku yang dapat diamati, minat pelanggan mengacu pada perhatian terus menerus pada objek tertentu dan pendapat pelanggan mengacu pada tanggapan terhadap peristiwa tertentu. Untuk mengidentifikasi gaya hidup nasabah perbankan syariah di Kudus, menggunakan delapan faktor: faktor kesadaran mode, faktor kepemimpinan, faktor kepedulian keluarga, faktor kesadaran kesehatan, faktor riang, faktor kesadaran masyarakat, faktor kesadaran biaya dan faktor kepraktisan. Skala

Likert bernilai lima poin, mulai dari 1 sangat tidak setuju sampai 5 sangat setuju digunakan untuk mengukur delapan faktor tersebut. (Koenig, et.al., 2010)

2.2. Variabel Dependen

Variabel dependen yaitu aplikasi Mobile Banking. Ini mengacu pada ketentuan dan fasilitas perbankan dan layanan keuangan, dengan bantuan perangkat android. Cakupan layanan yang ditawarkan dapat mencakup fasilitas untuk melakukan transaksi bank, mengelola rekening dan mengakses informasi yang disesuaikan

2.3. Populasi dan desain pengambilan sampel

Karena sektor perbankan juga merupakan sektor terbesar dalam perekonomian di Kudus, nasabah Bank Syariah di Kudus dipilih sebagai populasi penelitian. Karakteristik pasar ini tinggi dalam persaingan dan dinamisme. Karena tidak diketahui ukuran populasi, sampel kenyamanan digunakan untuk melakukan penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pemilik android dan nasabah bank lokal yang menyediakan layanan m-Banking. Karena tidak ada informasi yang tersedia tentang ukuran populasi target tetapi diperkirakan populasinya lebih besar dari 100.000. Sesuai tabel statistik Saunders, ukuran sampel 300 karena itu diperlukan untuk mencapai interval kepercayaan 95%. (Saunders et al. 2002)

Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner. Responden diberitahu bahwa informasi yang mereka berikan akan digunakan untuk tujuan penelitian saja dan jawaban mereka akan dirahasiakan. Penelitian ini dilakukan dengan cara yang etis di mana kerahasiaan sangat penting. Anonimitas responden dihormati dan responden tidak dipaksa dengan cara apa pun untuk berpartisipasi dalam survei.

2.4. Analisis data

2.4.1. Karakteristik demografi responden

Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang dikelola sendiri dengan tingkat respons 66,25. Mayoritas responden bergelar sarjana dan magister sebesar 64,7%. Berdasarkan jenis kelamin, 52% yaitu responden laki-laki dan 48% adalah responden perempuan. Berdasarkan usia, hampir 77% responden berusia antara 18 dan 50 tahun. Selain itu sebagian besar sampel penelitian yang berjumlah 212 sampel, yang menggunakan aplikasi Mobile Banking sebesar 70,7% yaitu 124 orang, sedangkan yang tidak menggunakan aplikasi tersebut berjumlah 88 orang yang terdiri dari 29,3%.

2.4.2. Statistik deskriptif

Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif untuk merangkum seluruh data yang terkumpul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar rata-rata untuk semua item berada di atas titik tengah dan menunjukkan jawaban positif untuk pertanyaan yang diukur. Juga, standar deviasi berkisar dari 0,8 hingga 1,4, menunjukkan penyebaran sempit di sekitar rata-rata.

2.4.3. Pengujian hipotesis

Bagian ini menyajikan pemeriksaan statistik hipotesis penelitian. Tujuan utama dari tes ini adalah untuk mengidentifikasi apakah hipotesis yang dirumuskan bisa diterima?. Tes dijalankan pada tingkat signifikansi 95% oleh karena itu, jika probabilitas data yang diamati lebih kecil dari tingkat signifikansi maka data tersebut menyarankan hipotesis harus diterima. Uji-t digunakan untuk menguji hipotesis pertama.

H₁: Tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik antara pola gaya hidup pengguna dan bukan pengguna aplikasi Mobile Banking.

Nilai t hitungnya adalah -0,20, 0,11, -0,74, 1,44, 0,69, 0,70, -0,79, dan 0,27 untuk domain gaya hidup nasabah: kesadaran mode, kepemimpinan, kepedulian keluarga, kesadaran kesehatan, bahagia, kesadaran masyarakat, biaya kesadaran, dan kepraktisan masing-masing. Semua nilai t tidak signifikan pada level 0,05, dengan demikian hipotesis nol diterima. Dalam hal ini dapat dinyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik antara pola gaya hidup nasabah pengguna dan bukan pengguna aplikasi Mobile Banking.

H₂: Tidak ada pengaruh yang signifikan dari semua komponen pola kehidupan gaya (kesadaran mode, sifat kepemimpinan, kepedulian keluarga, kesadaran sehat, riang, kesadaran masyarakat, kesadaran biaya, dan keberpihakan) terhadap tingkat penggunaan aplikasi Mobile Banking oleh pengguna; diambil secara terpisah.

Untuk menguji hipotesis di atas, analisis regresi sederhana dilakukan untuk setiap sub-hipotesis. Hasil analisis regresi sederhana dengan uji F ratio untuk tujuh dari delapan sub hipotesis menunjukkan hasil signifikan kurang dari 0,05. Hanya sub-hipotesis kesadaran biaya yang memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,342. Artinya bahwa semua sub-hipotesis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penggunaan aplikasi bank mobile oleh pengguna kecuali kesadaran biaya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pola gaya hidup (kesadaran mode, sifat kepemimpinan, kepedulian keluarga, kesadaran sehat, riang, kesadaran masyarakat, dan keberpihakan) dengan tingkat penggunaan aplikasi Mobile Banking oleh pengguna. Namun, hanya kesadaran biaya yang ditemukan bukan indikator penting untuk tingkat penggunaan aplikasi Mobile banking. Sehingga ini mungkin perlu penyelidikan lebih lanjut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Semakin pentingnya aplikasi Mobile Banking untuk bank, untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan bertahan di pasar yang dinamis. Untuk nasabah, penggunaan teknologi ini menghemat waktu dan tenaga. Bank harus memahami bagaimana mengalokasikan sumber daya mereka dengan tepat untuk menciptakan dan mengembangkan lebih lanjut layanan seluler ini yang akan memenuhi kebutuhan dan permintaan nasabah, karena kepuasan ini akan membangun hubungan jangka panjang dengan mereka, dan mengurangi biaya peralihan dari nasabah (Anas Hidayat and BA, 2020)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh pola gaya hidup nasabah terhadap pemilik dan penggunaan layanan Mobile Banking. Pola gaya hidup spesifik yang disorot adalah: kesadaran mode, faktor kepemimpinan, faktor kepedulian keluarga, faktor kesadaran kesehatan, faktor riang, faktor kesadaran masyarakat, faktor kesadaran biaya dan faktor kepraktisan. Berdasarkan hasil analisis data, tidak ditemukan signifikansi statistik antara pola gaya hidup nasabah Mobile Banking dengan pengguna dan non-pengguna, karena semua nilai t untuk domain gaya hidup nasabah tidak signifikan hingga level 0,05.

Hasil ini menunjukkan bahwa segmentasi pasar pengguna aplikasi Mobile Banking menurut gaya hidup nasabah di Kudus tidak berhasil. Hal ini disebabkan adanya kesamaan pola gaya hidup nasabah yang merupakan pengguna dan non pengguna aplikasi Mobile Banking. Inilah alasan utama mengapa proses segmentasi ini terhambat. tidak ada signifikansi statistik yang terdeteksi antara pola gaya hidup nasabah Mobile Banking dan pengguna dan non-pengguna, karena semua nilai-t untuk domain gaya hidup nasabah tidak signifikan ke level 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa segmentasi pasar pengguna aplikasi Mobile Banking menurut gaya hidup nasabah

di Kudus tidak berhasil. Hal ini disebabkan adanya kesamaan pola gaya hidup nasabah yang merupakan pengguna dan non pengguna aplikasi Mobile Banking. Inilah alasan utama mengapa proses segmentasi ini terhambat.

Sebagian besar sampel studi terdiri dari laki-laki, karena laki-laki lebih cenderung menggunakan aplikasi Mobile Banking untuk membayar tagihan, memeriksa saldo dan untuk meminta transfer. Laki-laki dalam masyarakat Kudus memiliki firasat dan keakraban lebih untuk memiliki dan menggunakan teknologi baru, seperti aplikasi Mobile Banking. Perempuan secara umum kurang cenderung untuk mengadopsi teknologi baru. Kelompok usia studi sampel terkonsentrasi antara 18 dan 40 tahun. Ini bisa berarti bahwa responden di atas usia 40 tidak begitu tertarik menggunakan aplikasi Mobile Banking, dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Sebagian besar orang tua menghindari penggunaan aplikasi Mobile Banking untuk privasi dan masalah keamanan dan takut kehilangan uang mereka karena kesalahan atau peretasan. Mereka lebih memilih metode perbankan tradisional, sambil melakukan tugas perbankan rutin mereka. Juga, pemegang gelar sarjana terdiri 64% dari sampel penelitian. Persentase ini menunjukkan bahwa orang yang lebih muda lebih termotivasi dan mau mengadopsi teknologi baru. Dengan demikian, mereka akan lebih mau dan bersemangat untuk mencoba aplikasi terbaru seperti aplikasi Mobile Banking.

Persentase frekuensi penggunaan aplikasi Mobile Banking tertinggi adalah 30% untuk opsi kadang-kadang. Persentase tertinggi kedua adalah 27,4% untuk opsi tidak pernah. Hal ini mungkin terkait dengan lemahnya infrastruktur beberapa bank, yang menghambat layanan aplikasi Mobile Banking. Jaringan yang buruk di beberapa tempat juga membuat penggunaan layanan menjadi sulit. Kurangnya kesadaran tentang layanan tersebut dan bagaimana menggunakannya dapat memperburuk masalah.

Analisis regresi sederhana dilakukan pada hasil untuk menemukan hubungan antara gaya hidup nasabah dan tingkat penggunaan aplikasi Mobile Banking oleh pengguna. Selanjutnya, penelitian ini telah menambah pengetahuan dengan menawarkan dukungan tambahan di mana studi saat ini menemukan bahwa pola gaya hidup nasabah, seperti kesadaran mode, kepemimpinan, kepedulian keluarga, kesadaran kesehatan, riang, kesadaran dan kepraktisan

masyarakat, memiliki efek positif dan signifikan terhadap tingkat penggunaan aplikasi Mobile Banking oleh pengguna. Memang, memeriksa dan menjelaskan niat pelanggan dan adopsi Mobile Banking telah menjadi fokus bagi para sarjana dan praktisi di seluruh dunia, dan masalah ini telah melihat pertumbuhan dramatis dalam literatur saluran perbankan yang relevan. (Purwanegara, Apriningsih, and Andika 2014)

Patel dan Marwala menjelaskan bahwa Mobile Banking dimulai setelah evolusi teknologi Interactive Voice Response (IVR), yang memungkinkan penelepon untuk berkomunikasi dengan sistem dan ditransfer ke departemen yang sesuai berdasarkan informasi yang diberikan oleh penelepon. IVR pada awalnya digunakan oleh bank untuk menyediakan berbagai layanan bagi pelanggan. Mengikuti perkembangan dan pemanfaatan teknologi ini, bank mulai menggunakan teknologi SMS untuk memungkinkan nasabah melakukan aktivitas perbankan secara terbatas (misalnya cek saldo dan transaksi) melalui SMS. (Patel and Marwala 2008)

Namun, nasabah yang sadar biaya tidak berpengaruh signifikan terhadap pengguna aplikasi Mobile Banking. Hasil ini menunjukkan bahwa, peneliti dapat mensegmentasi pengguna aplikasi Mobile Banking di Kudus dengan menggunakan dimensi gaya hidup tertentu karena pengaruhnya yang signifikan. Dimensi sadar biaya dihilangkan dari segmentasi. Pola gaya hidup nasabah dianalisis menggunakan delapan faktor. Ini menyoroti perlunya penyelidikan lebih lanjut tentang gaya hidup nasabah. Pengetahuan yang lebih banyak tentang ragam gaya hidup harus memastikan bahwa segmentasi pengguna Mobile Banking dapat lebih berhasil dilakukan (Mathew, Sulphrey, and Prabhakaran, 2014)

Kesimpulannya, Hasil analisis membuktikan bahwa pola gaya hidup nasabah pengguna dan non pengguna aplikasi Mobile Banking hampir sama. Hal ini menyebabkan kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari pola gaya hidup nasabah pada penggunaan aplikasi Mobile Banking di Kudus. Delapan sub-hipotesis diberikan dari penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa dimensi gaya hidup nasabah, seperti kesadaran mode, kepemimpinan, kepedulian keluarga, kesadaran kesehatan, riang, kesadaran masyarakat dan kepraktisan adalah penting bagi pengguna aplikasi Mobile Banking, efek dari dimensi kesadaran mode terbukti paling kuat pada 9,8% pengguna aplikasi

Mobile Banking, diikuti oleh kesadaran komunitas 8,7% dan kepraktisan 8,6%. Di sisi lain, tidak ada efek untuk dimensi sadar biaya pada pengguna aplikasi Mobile Banking.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis data, penelitian ini menyarankan beberapa rekomendasi. Pertama, riset pemasaran di Kudus harus mengalokasikan anggaran yang lebih besar untuk mempelajari pasar pengguna aplikasi Mobile Banking di Kudus, untuk mengumpulkan lebih banyak informasi dan data yang diperlukan untuk memahami lebih lanjut kebutuhan pengguna, serta untuk mengetahui kemampuan mereka untuk mengadopsi aplikasi tersebut. Karena perkembangan yang cepat, peningkatan, dan persaingan yang tinggi di pasar ini. Kedua, melakukan investigasi lebih lanjut di masa depan tentang gaya hidup nasabah dengan cara yang memungkinkan bank melakukan segmentasi untuk mereka, dan menciptakan produk dan layanan khusus yang dapat menargetkan nasabah tersebut. Ini akan membantu bank untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka dan mengurangi biaya peralihan untuk nasabah. Hasil dari, loyalitas nasabah akan lebih besar karena pelayanan yang diberikan lebih baik, serta promosi bank dari mulut ke mulut.

Konsekuensi yang tak terhindarkan adalah bank itu akan meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan keuntungan. Ketiga, tidak ada variabel mediasi atau moderasi yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Dengan demikian, penelitian masa depan harus lebih fokus pada peran mediasi atau moderasi gaya hidup nasabah dan efek yang dirasakan pada Mobile Banking. Keempat, variabel demografis, seperti usia, jenis kelamin, budaya, pendapatan dan tingkat pendidikan pengguna dan non-pengguna Mobile Banking dapat dieksplorasi lebih lanjut. Variabel demografis memiliki keterkaitan yang mungkin memiliki efek terukur pada penggunaan aplikasi Mobile Banking. (Lee and Chung, 2009) Kelima, perluasan sampel penelitian harus dilakukan untuk mencakup lebih banyak cabang bank di Kudus.

Seperti halnya penelitian lain, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah nasabah di bank Kudus sangat besar. Bank terletak di berbagai daerah di seluruh Kudus. Banyak waktu dan usaha diperlukan untuk membuat sampel data yang beragam. Persetujuan administratif dari semua bank

diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini. Akibatnya, sampel penelitian ini terbatas pada sejumlah kecil nasabah. Kedua, beberapa nasabah tidak mau bekerja sama dengan peneliti, karena kurangnya kesadaran dan pengetahuan tentang pentingnya penelitian ini. Akhirnya, beberapa pertanyaan harus dikeluarkan dari kuesioner, seperti pertanyaan tentang pendapatan, karena sebagian besar nasabah menolak untuk menjawabnya, karena dianggap melanggar privasi mereka.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, Abdallah A.; Yogesh K D; Nripendra P R; & Algharabat R. (2018). "Examining Factors Influencing Jordanian Customers' Intentions and Adoption of Internet Banking: Extending UTAUT2 with Risk." *Journal of Retailing and Consumer Services* 40: 125–38.
- Anas H, S E, & M BA. (2020). "Determinan Perilaku Adopsi Mobile Banking Di Daerah Sub-Urban." Anggraini, R., & Soenhadji, I. M. (2016, August). Pengaruh Gaya Hidup dan Pemanfaatan Teknologi (e-banking) Terhadap Kepemilikan Kartu Kredit Serta Dampaknya pada Sikap Pengguna. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.
- Koenig L., Nicole, Palmer A., & Moll, A. (2010). "Predicting Young Consumers' Take up of Mobile Banking Services." *International Journal of Bank Marketing*.
- Lee, Kun Chang, & Namho Chung. (2009). "Understanding Factors Affecting Trust in and Satisfaction with Mobile Banking in Korea: A Modified DeLone and McLean's Model Perspective." *Interacting with Computers* 21 (5–6): 385–92.
- Mathew, Mallika, M M Sulphrey, and Jithin Prabhakaran. (2014). "Perceptions and Intentions of Customers towards Mobile Banking Adoption." *Journal of Contemporary Management Research* 8 (1): 83.
- Maulidiyah, S. (2017). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya." STIE Perbanas Surabaya.
- Patel, P B, & Marwala T. (2008). "Interactive Voice Response Field Classifiers." In *2008 IEEE International Conference on Systems, Man and Cybernetics*, 3425–30. IEEE.
- Purwanegara, Mustika, Atik A, & Andika, F. (2014). "Snapshot on Indonesia Regulation in Mobile Internet Banking Users Attitudes." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 115: 147–55.

Saunders, Glen, J McIlroy, B Kay, E Gifford, M Berghout, and Remy van de Ven. (2002). "Demography of Foxes in Central-Western New South Wales, Australia."

Tirtana, I, & Shinta P S. (2014). "Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking." In *Seminar Nasional Dan Call For Paper*, 25:671–88.