

Analisa Pengembangan Digital Marketing Pada Aplikasi *Action Mobile Banking* Bank Aceh Syariah Dalam Melayani Kebutuhan Transaksi Nasabah

Putri Raihatul Jannah¹, Cut Fadhilah^{2*}, Mutasar³, Nunsina⁴

^{1,2,3}Fakultas Komputer dan Multimedia, Prodi Informatika, Universitas Islam Kebangsaan Indonesia, Aceh

⁴Fakultas Teknik, Prodi Teknik Informatika, Universitas Malikussaleh, Aceh

*Corresponding Email: cutfadhilahzakaria@gmail.com

ABSTRAK

Aplikasi *Action Mobile Banking* merupakan layanan yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah untuk mempermudah transaksi keuangan melalui smartphone. Meningkatnya pertumbuhan transaksi digital di Indonesia yang semakin hari semakin meningkat, membuat banyaknya bank-bank pesaing mulai meningkatkan kualitas layanan dan fitur-fitur terbaru pada *mobile banking*, mengingat Bank Aceh merupakan Bank Daerah (BPD) maka dari itu perlu dilakukan Analisa Pengembangan atau Persamaan Digital Marketing Pada Aplikasi *Action Mobile Banking* Bank Aceh hingga mampu memberikan alternatif dalam melayani kebutuhan Transaksi Nasabah. Menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan perhitungan *Usability* yang dapat menjadi acuan dalam menetapkan berbagai pemanfaatan dan penggunaan TI dari perspektif pengguna terhadap manfaat dan perspektif terhadap penggunaan. Hasil Analisa pengukuran TAM *Perceived Ease of Use* (PEOU) yaitu sebesar 95% yang artinya memiliki nilai yang sangat layak. Kemudian hasil perhitungan *Usability* diperoleh hasil pengukuran TAM *Perceived Usefulness* (PU) yaitu sebesar 96%, serta error 5% yang menunjukkan bahwa hasil pengukuran *Usability* aplikasi *Action Mobile* memiliki nilai sangat layak. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan rekomendasi penambahan fitur ke pada pihak Bank Aceh Syariah guna melayani kebutuhan transaksi nasabah serta meningkatkan jumlah pengguna baru.

Kata Kunci: Technology Acceptance Model (TAM), Usability, Action Mobile Banking, Figma UI/UX

ABSTRACT

The *Action Mobile Banking* application is a service offered by Bank Aceh to facilitate financial transactions via smartphone. The increasing growth of digital transactions in Indonesia which is increasing day by day, has made many competing banks start to improve the quality of services and the latest features on mobile banking, considering that Bank Aceh is a Regional Bank (BPD) therefore it is necessary to carry out a Development Analysis or Digital Equation Marketing on the Bank Aceh *Action Mobile Banking* Application is able to provide alternatives in serving customer transaction needs. Using the *Technology Acceptance Model* (TAM) method and *Usability* calculations which can be a reference in determining various uses and uses of IT from the user's perspective of benefits and perspective of use. The results of the TAM *Perceived Ease of Use* (PEOU) measurement analysis are 95%, which means it has a very decent value. Then the results of the *Usability* calculations obtained the TAM *Perceived Usefulness* (PU) measurement results, namely 96%, and an error of 5%, which shows that the *Usability* measurement results of the *Action Mobile* application have a very decent value. The aim of this research is to provide recommendations for adding features to Bank Aceh to serve customer transaction needs and increase the number of new users.

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), Usability, Action Mobile Banking, Figma UI/UX

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi mendorong masyarakat untuk dapat beradaptasi dengan teknologi dan internet Era digital membuat perubahan besar bagi perusahaan dalam melayani pelanggannya, saat ini jaringan internet seolah menjadi kebutuhan utama manusia dan smartphone telah menjadi barang yang sangat penting

Putri Raihatul Jannah, et.al.

Program Studi Informatika,FKOM UNIKI

Email Corresponding: cutfadhilahzakaria@gmail.com

Page | 32

maka dari itu banyak produsen penyedia layanan aplikasi agar dapat mempertahankan layanan serta digunakan oleh banyak orang. Hal tersebut juga berlaku dalam industri perbankan yang kini mulai memunculkan beragam aplikasi finansial.

Aplikasi "ACTION" (Aceh transaksi Online) Mobile Banking merupakan layanan yang ditawarkan oleh PT. Bank Aceh Syariah yang berfungsi untuk melayani nasabah dengan menggunakan smartphone dalam kegiatan perbankan. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada 10 November 2020, karena segala fitur yang ada dilayanan Action Mobile Banking dapat diakses melalui media jaringan internet atau paket data dan sistem kerjanya 24 jam. Aktivitas yang dapat dilakukan pada aplikasi Action Mobile Banking meliputi cek saldo, transfer dana, purchase/pembelian, payment/pembayaran dan pergantian PIN.

Guna memenuhi kebutuhan serta meningkatkan minat pengguna terhadap Aplikasi Action Mobile Bank Aceh Syariah. Pada Analisa ini penulis merekomendasikan penambahan fitur pengaduan nasabah supaya mampu memberikan kemudahan bagi pengguna jika terjadi kendala dalam bertransaksi, fitur tersebut dapat digunakan untuk mengajukan pengaduan atas kegagalan transaksi, seperti: gagal tarik tunai, gagal transfer, gagal top up, gagal bayar tagihan, dan gagal beli pulsa, yang dialami oleh pengguna secara self service.

2. METODE PENELITIAN

Objek penelitian pada penelitian ini adalah aplikasi Action Mobile Banking pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen dengan menggunakan metode TAM (Technology Acceptance Model) menggunakan kuesioner melalui Google form sebagai alat bantu kuesioner yang terdiri dari 30 pertanyaan untuk variabel TAM-PEOU (Perceived Ease of Use), sedangkan untuk variabel TAM-PU (Perceived Usefulness) terdapat 11 pertanyaan. Lalu dilakukan perhitungan usability untuk mengetahui kelayakan produk. Kemudian penulis memberikan rekomendasi pengembangan atau tambahan fitur yang dibutuhkan oleh pengguna aplikasi Action Mobile kepada pihak IT Bank Aceh Syariah guna memenuhi kebutuhan serta meningkatkan kepuasan pengguna.

2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM), suatu konsep mengenai sikap pengguna terhadap sistem teknologi informasi. (Tumsiful et al., 2019) menyatakan bahwa niat untuk menggunakan teknologi tertentu menentukan kesediaan seseorang untuk mau menggunakan teknologi atau tidak. Adapun sikap pengguna sistem informasi (SI), yaitu sudut pandang pengguna terhadap manfaat (perceived usefulness) dan sudut pandang pengguna terhadap penggunaan (perceived ease of use) yang menjadi acuan dalam menetapkan berbagai pemanfaatan dan penggunaan TI.

2.2 Usability

Menurut Nielsen (2019) Usability adalah kemudahan manusia dalam menggunakan suatu alat atau objek buatan manusia lainnya untuk mencapai tujuan tertentu. Usability dapat mengukur sejauh mana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai target yang diterapkan. Terdapat delapan syarat dalam memenuhi interface untuk memperoleh nilai usability yang sesuai, yaitu: learnability (kemudahan), understandability (dimengerti), attractiveness (daya tarik), effectiveness (efektivitas), efficiency (efisiensi), satisfaction (kepuasan), dan context of use (konteks penggunaan).

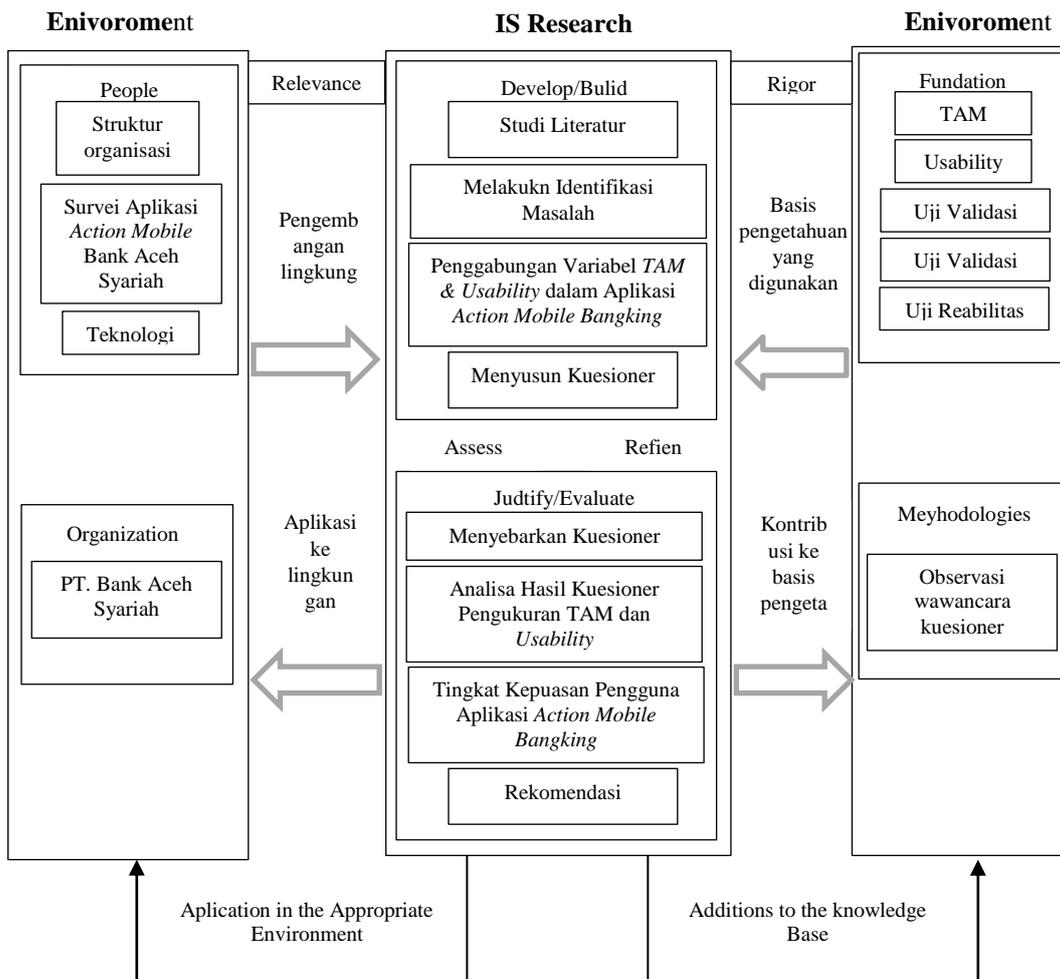
2.3 Hubungan perspektif TAM dan Usability

Untuk merancang kuesioner TAM (Technology Acceptance Model) dan Usability perlu dihubungkan antara kedua perspektif tersebut ke dalam variabel dan indikator yang saling berkaitan. Perspektif ITAM (Technology Acceptance Model) memiliki hubungan dengan beberapa indikator dari perspektif Usability. Perspektif ITAM-PEOU (Perceived Ease of Use) memiliki hubungan dengan variabel Usability yaitu: Learnability, Understandability, Operability, Attractiveness, dan Context of Use. Perspektif ITAM-PU (Perceived Usefulness) memiliki hubungan dengan variabel Usability yaitu Effectiveness, Efficiency, dan Satisfaction. Berikut ini adalah hubungan Perspektif ITAM-PEOU (Perceived Ease of Use) dan Usability.

2.4 Figma

Figma adalah salah satu aplikasi yang digunakan desainer UI/UX, figma merupakan alat desain berupa website yang terhubung dengan cloud, sehingga dapat diakses kapanpun dan dimanapun melalui internet dan telah menjadi pilihan banyak desainer UI/UX untuk membuat prototipe situs web atau aplikasi dengan cepat dan efisien (Muhyidin et al., 2020). Figma bersifat real-time dimana secara bersamaan akan tersimpan otomatis, alat ini berbasis vektor, membuatnya lebih cocok untuk mendesain antarmuka pengguna dan objek ilustratif (Pramudita et al., 2021).

2.5 Kerangka Kerja



Gambar 1. Framework Design Science Researche

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Perceived Ease of Use (PEOU) dan Usability

Berdasarkan data hasil kuesioner pengukuran kepuasan pengguna terhadap Action Mobile melalui google form yang disebarluaskan kepada 981 responden untuk variabel Perceived Ease of Use (PEOU) dan Usability terdapat 130 pernyataan. Adapun hasil pada variabel Perceived Ease of Use (PEOU) dan Usability dapat dilihat pada tabel 1. berikut :

Tabel 1.Faktor Variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Usability*

Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Rata-rata
P1	0	0	0	1	97	4.98
P2	0	0	0	15	83	4.84
P3	0	0	0	16	82	4.83
P4	0	0	0	24	74	4.75
P5	0	0	0	7	91	4.91
P6	0	0	0	19	79	4.80
P7	0	0	0	22	76	4.76
P8	0	0	0	11	87	4.88
P9	0	0	0	7	91	4.91
P10	0	0	0	30	68	4.68
P11	0	0	0	11	87	4.88
P12	0	0	0	9	89	4.90
P13	0	0	0	6	92	4.93
P14	0	0	0	13	85	4.86
P15	0	0	0	29	69	4.70
P16	0	0	0	9	89	4.90
P17	0	0	0	10	88	4.89
P18	0	0	0	17	81	4.82
P19	0	0	0	16	82	4.83
P20	0	0	0	14	84	4.85
P21	0	0	0	16	82	4.83
P22	0	0	0	5	93	4.94
P23	0	0	0	12	86	4.87
P24	0	0	0	26	72	4.73
P25	0	0	0	16	82	4.83
P26	0	0	0	13	85	4.86
P27	0	0	0	35	63	4.64
P28	0	0	0	2	96	4.97
P29	0	0	0	13	86	4.86
P30	0	0	0	12	87	4.87
Rata-rata						4,85

Dari Tabel 1 menyatakan bahwa rata rata hasil kuesioner pengukuran kepuasan yang disebarkan kepada 98 pengguna aplikasi *Action Mobile* didapat dari jumlah keseluruhan rata-rata kuesioner dibagi jumlah pertanyaan masing-masing perspektif yaitu *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Usability* adalah (4,85).

3.2 Perceived Usefulness (PU) dan Usability

Berdasarkan data hasil kuesioner pengukuran kepuasan pengguna terhadap Aplikasi *Action Mobile Banking* yang disebarkan kepada 98 responden untuk variabel *Perceived Usefulness* (PU) dan *Usability* terdapat 11 pernyataan. Adapun hasil pada variabel *Perceived Usefulness* (PU) dan *Usability* dapat dilihat pada tabel 2. berikut :

Tabel 2. Faktor Variabel *Perceived Usefulness* (PU) dan *Usability*

Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Rata-rata
P31	0	0	0	8	90	4.91
P32	0	0	0	13	85	4.86
P33	0	0	0	6	92	4.93
P34	0	0	0	21	77	4.78
P35	0	0	0	19	79	4.80
P36	0	0	0	14	84	4.85
P37	0	0	0	8	90	4.91
P38	0	0	0	11	87	4.88
P39	0	0	0	13	85	4.86
P40	0	0	0	10	88	4.89
P41	0	0	0	11	87	4.88
Rata-rata						4,87

Dari Tabel 2 menyatakan bahwa rata rata hasil kuesioner pengukuran kepuasan yang disebarkan kepada 98 pengguna Aplikasi *Action Mobile* didapat dari jumlah keseluruhan rata-rata kuesioner dibagi jumlah pertanyaan masing-masing perspektif yaitu *Perceived Usefulness* (PU) dan *Usability* adalah (4,87).

3.3 Perhitungan Usability

Perhitungan *Usability* dilakukan dengan menghitung persentase jawaban dari seluruh responden. Skor yang diobservasi didapatkan dari jumlah skor total seluruh jawaban dari 98 responden. Didapatkan hasil untuk indikator TAM (PEOU) dan *Usability* yaitu 14260, sedangkan skor yang diharapkan diperoleh yaitu 14700. Dapat dilihat kesenjangan yang diperoleh dari hasil indikator TAM (PEOU) dan *Usability* dengan skor yang diharapkan sebesar 440. Dari hasil analisis kuesioner menunjukkan bahwa layanan Aplikasi *Action Mobile* dilaksanakan dengan baik dan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Action Mobile* dalam melayani kebutuhan transaksi nasabah.

Tetapi sebagian indikator ada yang perlu ditingkatkan seperti indikator *feedback, brevity, message quality, undo support, user* dan *equipment (hardware)* hal ini dikarenakan fungsi indikator yang belum optimal seperti loading yang lama, pengguna dalam memasukkan kata nominal atau kalimat yang penting didalam aplikasi tidak bisa ringkas, dan pengguna yang melakukan transaksi keuangan seperti bayar tagihan dan beli voucher masih minim yang menggunakan Aplikasi *Action Mobile*. Hal tersebutlah yang menyebabkan adanya kesenjangan indikator TAM (PEOU) dan *Usability* dengan skor yang diharapkan.

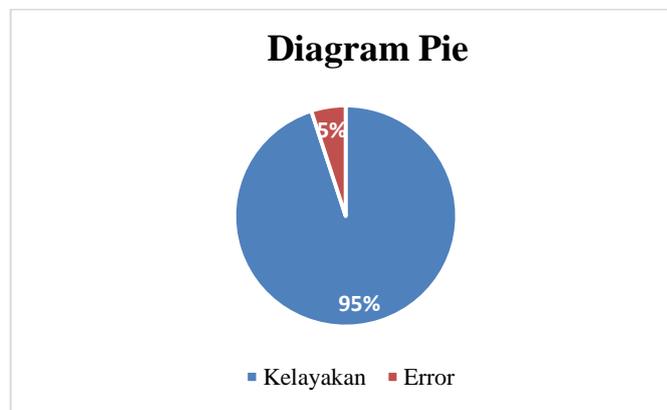
Kemudian untuk indikator TAM (PU) dan *Usability* jumlah skor total seluruh jawaban yaitu sebesar 5256 dan skor yang diharapkan sebesar 5360. Dapat dilihat kesenjangan yang diperoleh dari hasil indikator TAM (PU) dan *Usability* dengan skor yang diharapkan sebesar 104. Dari hasil analisis kuesioner menunjukkan bahwa Aplikasi *Action Mobile* dari segi kemanfaatan berpengaruh dalam melayani kebutuhan transaksi nasabah. Hanya saja dari segi *efficiency* aplikasi *Action Mobile* perlu ditingkatkan diantaranya respon aplikasi, dan penambahan fitur-fitur terbaru seperti fitur pegaduan, agar pengguna dapat dengan mudah mengajukan pengaduan secara online di *Action Mobile*.

Skor yang diharapkan diperoleh dari jumlah skor maksimal skala dikalikan dengan jumlah pertanyaan lalu dikalikan dengan jumlah responden. Berikut ini adalah perhitungan *Usability* aplikasi *Action Mobile* :

a. $PEOU = \frac{14260}{14700} \times 98 = 95\%$

b. $PU = \frac{5256}{5360} \times 98 = 96\%$

Setelah diketahui hasil skor yang diobeservasi dan yang diharapkan maka diperoleh hasil pengukuran, TAM (PEOU) dan *Usability* yaitu sebesar 95% dan TAM (PU) dan *Usability* yaitu sebesar 96% jika hasil tersebut dihubungkan dengan interpretasi skor. Nilai presentasi kelayakan sebesar 95% dan 96% berada pada interval 81- 100%, serta erorr 5% yang menunjukkan bahwa hasil pengukuran *Usability* aplikasi *Action Mobile* memiliki nilai sangat layak.



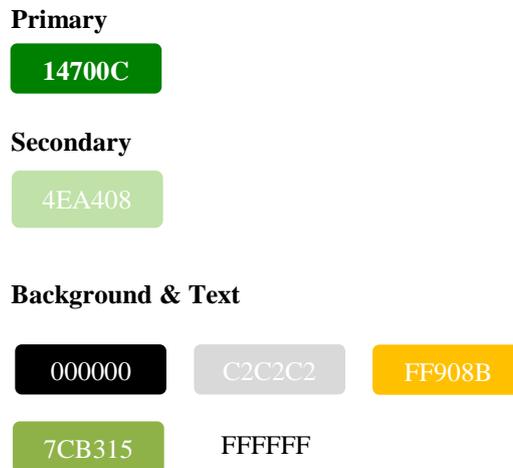
Gambar 2. Diagram Pie kelayakan dan error Aplikasi *Action Mobile*

3. 4 Usulan Rekomendasi

Berdasarkan hasil Analisa TAM-PEOU (*Perceived Ease of Use*), TAM-PU (*Perceived Usefulness*) dan perhitungan *usability* sudah sangat layak tapi tetap harus melakukan pengembangan fitur-fitur serta dapat memberikan informasi yang lengkap, guna memenuhi kebutuhan serta meningkatkan minat pengguna terhadap *Aplikasi Action Mobile* Bank Aceh Syariah. Pada Analisa ini penulis merekomendasikan penambahan fitur pengaduan nasabah supaya mampu memberikan kemudahan bagi pengguna jika terjadi kendala dalam bertransaksi, fitur tersebut dapat digunakan untuk mengajukan pengaduan atas kegagalan transaksi, seperti: gagal tarik tunai, gagal transfer, gagal top up, gagal bayar tagihan, dan gagal beli pulsa, yang dialami oleh pengguna secara *self service*. Dalam usulan rekomendasi ini penulis menggunakan aplikasi Figma untuk mendesain produk yang akan dibuat atau mengembangkan model rancangan produk agar dapat memenuhi permintaan pengguna.

3. 5 Perancangan Prototipe

Tahap berikutnya yaitu perancangan prototipe, sebelum dilakukan perancangan penulis membuat *style guide* terlebih dahulu. Tujuan *style guide* adalah sebagai panduan dalam membuat user interface agar desain yang dihasilkan memiliki komponen yang konsisten, komponen tersebut terdiri dari warna dan tipografi.



Gambar 3. *Style Guide* untuk Warna

Pada gambar 3. dapat dilihat *colors palette* di atas dipisahkan berdasarkan fungsi dari setiap warnanya. *Primary colors* diambil berdasarkan warna dari *Action Mobile* yaitu warna hijau warna ciri khas Bank Aceh Syariah. *Secondary color* berfungsi sebagai informasi tambahan atau hal yang ingin terlihat jelas. *Secondary color* disini menggunakan warna hijau muda dengan kode hex #14700C. Warna hijau muda dipilih karena memiliki warna yang cerah dan terang agar terlihat selaras dengan *primary color* yang berwarna gelap. Selanjutnya adalah *Background & Text*, Warna putih dipilih sebagai background karena terkesan netral dan simpel. Pada teks menggunakan warna hitam, hijau, putih, orange, abu-abu selain digunakan untuk teks dan background warna tersebut digunakan untuk garis dan warna *button*.

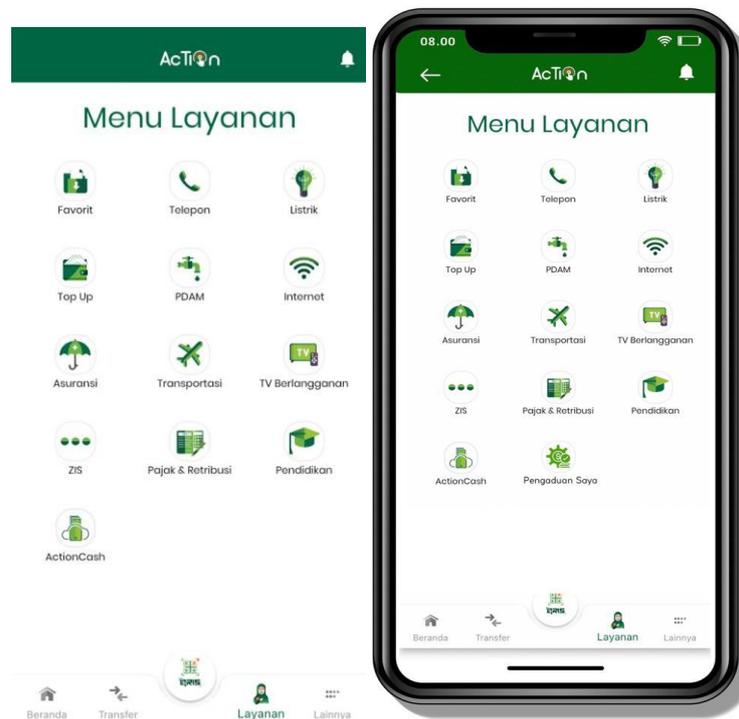


Gambar 4. *Style Guide* untuk Topografi

Pada Gambar 4. dapat dilihat jenis *font* yang digunakan dalam desain fitur aplikasi *Action* menggunakan *font* robot dipilih karena jenis *font* yang sering digunakan aplikasi mobile, hal tersebut dikarenakan roboto merupakan *font* yang paling mudah dibaca oleh pengguna. Memiliki bentuk huruf yang bulat dan bersih dengan desain yang geometris. Roboto sangat cocok ditunjukkan untuk pengguna digital karena terlihat nyaman oleh mata pengguna. Tahap selanjutnya setelah membuat *style guide*, yaitu merancang rekomendasi prototipe *Action Mobile* menggunakan alat bantu Figma. Berikut hasil dari rekomendasi prototipe:

1. Menu Layanan

Pada halaman Menu layanan terdapa banyak fitur seperti : fitur favorite, telepon, listrik, top up, PDAM, internet, asuransi, transportasi, TV berlangganan, ZIS, pajak, pendidikan, dan *Action cash* yang merupakan fitur dasar aplikasi *Action Mobile*. Beberapa pengguna berpendapat bahwa tampilan warna *Action Mobile* terlihat kaku, dan monoton dibandingkan dengan aplikasi lainnya. Pada proses desain ini penulis merubah warna menjadi hijau yang mencolok untuk memberikan kesan yang menarik, lalu penulis menambahkan fitur Pengaduan Saya, jika pengguna mengalami kegagalan transaksi pengguna tidak perlu ke kantor cabang untuk membuat laporan karna fiturnya telah tersedia di Aplikasi *Action Mobile*.



Gambar 5. M-Action Mobile sebelum & setelah didesain

Gambar 5 diatas menampilkan halaman Menu layanan sebelum dan setelah di desain.

2. Tampilan Menu Pengaduan Transaksi

Halaman ini merupakan tampilan awal Pengaduan Transaksi, pada halaman pengaduan transaksi ini terdapat beberapa menu yaitu : menu Gagal Tarik Tunai, Gagal Transfer, Gagal Top Up, Gagal Bayar Tagihan, dan Gagal Beli Pulsa. Seperti Gambar 6 berikut :



Gambar 6. Halaman M-Pengaduan Transaksi

Pada halaman ini pengguna dapat memilih sendiri pengaduan mana yang ingin diajukan sesuai dengan permasalahan pengguna.

3. Tampilan Menu Gagal Top Up

Pada halaman ini pengguna diminta untuk memilih rekening dan tanggal terjadinya transaksi yang gagal. Seperti yang terlihat pada Gambar 7 berikut :



Gambar 7. Halaman M-Gagal Top Up

setelah pengguna menginput rekening dan tanggal terjadinya proses gagal transaksi. Lalu pengguna bisa klik tombol cari agar data dapat ditemukan, jika data pengguna telah ditemukan. Pengguna dapat langsung klik tombol Ajukan Pengaduan, agar dapat diproses ke tahap selanjutnya. Seperti pada Gambar 8 berikut :



Gambar 8. Halaman M-Gagal Top Up

4. Konfirmasi Data Pengguna

Pada Halaman ini pengguna diminta untuk memastikan informasi transaksi yang berisikan tanggal waktu, nominal, dan nomor pembayaran sesuai. Lalu pengguna di minta untuk menulis dengan detail permasalahan gagal terjadinya transaksi. Seperti pada Gambar 9 berikut :



Gambar 9. Halaman Konfirmasi Data Pengguna

Jika data sesuai pengguna bisa menulis detail permasalahan yang terjadi. Kemudian pengguna diminta untuk menyetujui syarat dan ketentuan yang berlaku dalam hal pengaduan transaksi, lalu klik tombol lanjutkan. Seperti yang terlihat pada Gambar 10 berikut :



Gambar 10. Halaman Konfirmasi Data Pengguna

5. Halaman Konfirmasi Laporan Terkirim

Halaman ini berisi laporan pengajuan telah terkirim dan sedang diproses, pada halaman ini tertera nomor tiket pengaduan dan cek status. Pengguna diminta untuk memantau status laporan secara berkala, pengguna bisa klik tombol cek status atau melalui SMS dan email yang telah terdaftar di aplikasi *Action Mobile*. Seperti pada Gambar 11 berikut :



Gambar 11. Halaman Konfirmasi Laporan Terkirim

6. Halaman Pengaduan sedang Diproses

Halaman ini menampilkan status pengajuan yang sedang diproses (tanda kuning), pengguna diminta untuk menunggu paling lambat 14 hari kerja yang dimana hari sabtu dan minggu tidak dihitung. Seperti yang terlihat pada Gambar 12 berikut :



Gambar 12. Halaman Pengaduan sedang Diproses

Jika laporan berhasil diproses maka button kuning akan berubah warna menjadi hijau. Seperti yang terlihat pada Gambar 13 berikut :



Gambar 13. Halaman Pengaduan Selesai

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap analisa pengembangan digital marketing pada aplikasi *Action Mobile Banking* Bank Aceh maka dapat diambil kesimpulan bahwa analisa pengembangan digital marketing pada aplikasi *Action Mobile Banking* Bank Aceh menggunakan metode TAM dan *Usability* mampu memberikan gambaran terkait tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi *Action Mobile* dimulai dengan menghubungkan perspektif TAM dan *Usability* untuk dapat menyusun kuesioner terkait kepuasan pengguna terhadap aplikasi tersebut dalam melayani kebutuhan transaksi nasabah. Dimana TAM-PEOU (*Perceived Ease of Use*) memiliki hubungan 5 variabel *Usability* yaitu *Learnability*, *Understandability*, *Operability*, *Attractiveness*, dan *Context Of Use*. Kemudian Perspektif TAM-PU (*Perceived Usefulness*) memiliki hubungan dengan 3 variabel *Usability* yaitu *Effectiveness*, *Efficiency*, dan *Satisfaction*. Berdasarkan hasil perhitungan *Usability* aplikasi *Action Mobile Banking* dapat diperoleh hasil pengukuran TAM *Perceived Ease of Use* (PEOU) yaitu sebesar 95% yang artinya memiliki nilai yang sangat layak. Kemudian hasil perhitungan *Usability* diperoleh hasil pengukuran TAM *Perceived Usefulness* (PU) yaitu sebesar 96%, serta erorr 5% yang menunjukkan bahwa hasil pengukuran *Usability* aplikasi *Action Mobile* memiliki nilai sangat layak.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Abran, A. Khelifi, W. Suryn and A. Seffah, "*Consolidating the ISO Usability Models.*," (2020).
 [2] Asmaaysi, A. (2022). Apa itu E-Wallet? Pengertian, Jenis, dan Kelebihan. <https://finansial.bisnis.com/read/20220302/55/15061/apa-itu-e-wallwt-pengertian-jenis-dan-kelebihan>

- [3] Bank Aceh Syariah, (2023). Wawancara dengan Staf dan *Customer Service*.
- [4] Bauer, (2020). Definisi *Usability Testing*. Indonesia.
- [5] Boby. (2021). *Apa itu M-Banking? Ini penjelasan, Fungsi, dan Cara Kerjanya*. <https://lifepal.co.id/media/banyak-digunakan-orang-sudah-tahu-kelebihan-dan-kekurangan-m-banking-ini/>
- [6] Dewi, N. K., Irawan, B. H., Fitry, E., & Putra, A. S. (2021). Konsep Aplikasi E- Dakwah Untuk Generasi Milenial Jakarta. 5(2).
- [7] Dinata, R. K., Fajriana, F., Zulfa, Z., & Hasdyna, N. (2020). Klasifikasi Sekolah Menengah Pertama/Sederajat Wilayah Bireuen Menggunakan Algoritma K-Nearest Neighbors Berbasis Web. *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)*, 5(1), 33-37.
- [8] Dinata, R., Akbar, H., & Hasdyna, N. (2020). Algoritma K-Nearest Neighbor dengan Euclidean Distance dan Manhattan Distance untuk Klasifikasi Transportasi Bus. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 12(2), 104-111. doi:<https://doi.org/10.33096/ilkom.v12i2.539.104-111>.
- [9] Dinata, R. K., Hasdyna, N., & Alif, M. (2021). Applied of Information Gain Algorithm for Culinary Recommendation System in Lhokseumawe. *Journal Of Informatics And Telecommunication Engineering*, 5(1), 45-52.
- [10] Harahap, Dewi Berlian. (2019). *Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara*. Skripsi Universitas Isam Negeri Sumatera Utara.
- [11] J. Nielsen, "Using Discount Usability Engineering to Penetrate the Intimidation Barrier, *Usable Information Technology*," (2019). [Online].
- [12] Juli, & Nizar Zakaria. Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) desa Teles Kabupaten Kediri. "*Generation Journal*". Januari 2020:41-48
- [13] Khalifah, A. R., Diana Triwardhani, & Syarief, N. (2021). Keputusan penggunaan BNI Mobile (Studi Kasus Pada Pengguna BNI Mobile di Jakarta). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 962-980.
- [14] Larasati, I. (2021). Evaluasi Penggunaan website universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah jakarta Dengan Menggunakan Metode Usability Testing. *Computation : journal of Computer Science and Information System*, 4(1), 68. <https://doi.org/10.24912/computation.v4i1.6689>
- [15] Muhyidin, M. A., Sulhan, M. A., & Sevtiana, A. (2020). Perancangan UI/UX Aplikasi My Cic Layanan Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Figma. *Jurnal Digit*, 10(2), 208. <https://doi.org/10.51920/jd.v10i2.171>
- [16] Panginan, E. K., 7 Irwansyah. (2020). Fenomena Aplikasi Kredit dan Pinjaman Kredivo di Indonesia.4, 15.
- [17] Perdani, A. L., Komariah, R. N., & Srinatania, D. (2021). Penggunaan Aplikasi *Mobile Technology* Untuk Deteksi *Breeding Place* Pencegahan Demam Dengue: Literature Review.
- [18] Populix. (2022). *Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps*.
- [19] Pramudita, R., Arifin R. W., Alfian, A. N., Safitri, N., & Anwarriya, S. D. (2021). Penggunaan Aplikasi Figma Dalam Membangun UI/UX Yang Interaktif Pada Program Studi Teknik Informatika: *STMIK TASIKMALAYA. JURNAL, BUANA PENGABDIAN*, 3(1), 149-154. <https://doi.org/10.36805/jurnalbuanapengabdian.v3i1.1542>
- [20] Purnamasari, S. D., & Panjaitan, F. (2020). Pengembangan Aplikasi *E-Reporting* Kerusakan Lampu Jalan Berbasis *Mobile*. *Jusikom : Jurnal Sistem Komputer Musirawas*, 5(1), 59-69. <https://doi.org/10.32767/jusikom.v5i1.764>
- [21] Sitanggang, A. S., Nurrochman, T. A., Syafira, R., Halim, I. K. N., Salsabina, P., & Aisy, A. Z. (2022). Analisis Yang Mempengaruhi Penggunaan *M-Banking* Bagi Nasabah BNI. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- [22] Sugiyono, (2019). Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner. Universitas Brawijaya Press. <https://books.google.co.id/books?id=YfNqDwAAQBAJ>
- [23] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Reasearch Dan Developpment (R&D)*. Bandung: Alfabeta
- [24] Suwandy, R., & Marpaung, S. H. (2022). Evaluasi Pengalaman Pengguna dengan Menggunakan *Post Study System Usability Questionnaire (PSSUQ)* Perpustakaan Digital Universitas Mikroskil. *Journal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 4190-4206. <https://www.mikroskil.ac.id/pustaka>.
- [25] Tumsifull, E., & Istanto, Y. (2019). Social Media Use Among Small and Medium Enterprise: a case of Fashion Industry Growht. *University of Dar es Salaam Library Journal*, 14(2), 3-18.
- [26] Voutama, A., & Novalia, E. (2021). Perancangan Aplikasi *M-Magazine* Berbasis Android Sebagai Sarana mading Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Tekno kompak*, 15(1), 104 <https://doi.org/10.333650jtk.v15i1.920>.