**Pengaruh Suku Bunga Tabungan Dan Fitur Layanan Terhadap Ketertarikan Nasabah Dalam Menggunakan Neobank *Mobile***

Syifa Ardelia Rahmat1 Agus Supriyadi2

1Akuntansi, Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, 16425, Indonesia

2Akuntansi, Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, 16425, Indonesia

*E-mail 1:* *syifardeliarahmat@gmail.com**,*

*E-mail 2:* *agus.supriyadi@akuntansi.pnj.ac.id*

**Abstrak**

Perbankan digital terus berkembang pesat, dan bank bersaing menawarkan produk layanan agar nasabah tertarik. Bank Neo Commerce mempunyai suku bunga yang menarik dan fitur layanan yang menawarkan kemudahan akses dan inovasi fitur kepada sehingga menjadi alternatif populer di antara konsumen modern. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh suku bunga dan fitur layanan sebagai variabel independen terhadap ketertarikan nasabah sebagai variabel dependen. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik purposive sampling untuk memilih responden yang sesuai dengan kriteria yaitu pengguna Neobank *Mobile* dan berusia diatas 17 tahun (usia tidak ditentukan) serta data yang dikumpulkan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suku bunga tabungan dan fitur layanan Neobank Mobile berpengaruh positif terhadap ketertarikan nasabah.

*Kata Kunci: suku bunga tabungan, fitur layanan, ketertarikan nasabah, perbankan digital*

**Abstract**

*Digital banking continues to grow rapidly, and banks compete to offer service products to attract customers. Neo Commerce Bank has attractive interest rates and service features that offer easy access and feature innovation to make it a popular alternative among modern consumers. This study aims to test the effect of interest rates and service features as independent variables on customer interest as the dependent variable. The method used is quantitative with a purposive sampling technique to select respondents who meet the criteria, namely Neobank Mobile users and over 17 years old (age not specified) and the data collected is primary data obtained through distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression using the SPSS version 27 application. The results of the study indicate that savings interest rates and Neobank Mobile service features have a positive effect on customer interest.*

*Keywords: savings interest rates, service features, customer interest, digital banking, mobile neobank*

**1. Pendahuluan**

Kemajuan teknologi informasi telah berdampak besar pada sektor ekonomi, termasuk perbankan. Bank berlomba menawarkan produk dan layanan online yang memudahkan transaksi nasabah. (Islamy & Trianasari, 2020). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), layanan perbankan digital mencakup semua kegiatan perbankan yang menggunakan fasilitas elektronik atau digital. Di Indonesia, persaingan perbankan digital semakin ketat dengan kehadiran bank digital seperti Jenius (Bank BTPN), Digibank (Bank DBS), TMRW (Bank UOB), dan Bank Neo Commerce (BNC) melalui aplikasi Neobank. BNC, awalnya Bank Yudha Bhakti yang berdiri tahun 1990, menjadi bank digital pada 2020 setelah bermitra dengan PT Akulaku Silvrr Indonesia pada 2019. Aplikasi Neobank diluncurkan pada Maret 2021, menandai investasi besar dalam teknologi sehingga berdasarkan data *Google Play Store* mencapai 10 juta unduhan dan menempatkannya di posisi teratas di antara aplikasi bank digital lainnya.

Berbagai inisiatif dilakukan untuk menarik nasabah ke Bank Neo Commerce, salah satunya melalui penetapan suku bunga tabungan. Bank Neo Commerce menetapkan suku bunga tinggi pada produk tabungan Neo Wow dan mengklaim sebagai bank digital terbaik dengan bunga tertinggi 6%. Suku bunga yang tinggi mendorong nasabah untuk menabung lebih banyak di bank, sementara suku bunga rendah cenderung mengurangi volume tabungan. (Bank Neo Commerce, 2023)*.* Namun, pada dana pihak ketiga (DPK) mengalami penurunan di tahun 2023 sebesar 4% meski jumlah nasabah naik pada 2023, dana pihak ketiga (DPK) menurun, kemungkinan karena suku bunga tabungan turun menjadi 5%. Penelitian Gunadi (2018) menunjukkan bahwa suku bunga berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung, karena semakin besar jumlah tabungan, semakin tinggi suku bunganya. Namun, penelitian Kristina Klasjok (2018) menemukan bahwa suku bunga tabungan tidak mempengaruhi minat menabung di Papua Barat. Oleh karena itu, pengaruh suku bunga terhadap keputusan nasabah bisa berbeda-beda, apalagi dengan persaingan ketat bank digital dalam meningkatkan produk mereka.

Selain suku bunga tabungan, ada faktor lain yang diperhatikan yaitu fitur layanan. Generasi Z dan milenial lebih menyukai *mobile banking* dibandingkan kartu debit atau kredit karena akses mudah dan beragam fitur (Sari & Bagana, 2022). Aplikasi Neobank menawarkan fitur yaitu bunga harian yang dipantau melalui mobile banking dan transfer bebas biaya admin untuk semua rekening bank dalam negeri. Fitur unik lainnya termasuk Neo Chat untuk percakapan antar pengguna, permainan dengan hadiah dan lainnya. Namun, Neobank mendapatkan keluhan dari nasabah sekitar 40% seperti saat *top up* yang gagal tetapi dana sudah terpotong dan pada *face recognition* Neobank teramat buruk hampir semua *rating* bintang 1 serta sering terjadi kegagalan saat verifikasi KTP. Penelitian Johandri Iqbal (2021) menunjukkan bahwa ketersediaan fitur layanan berpengaruh positif dan kuat terhadap penggunaan mobile banking. Namun, penelitian Findy Meileny (2020) menemukan bahwa meskipun fitur layanan ditingkatkan, hal itu tidak selalu mempengaruhi keputusan pelanggan jika ada banyak komentar negatif. Oleh karena itu, fitur layanan Bank Neo Commerce bisa berpengaruh atau tidak terhadap ketertarikan nasabah, terutama karena banyak bank digital kini menawarkan fitur unik.

Diduga permasalahan ini membuat Neobank tetap diminati oleh nasabah, meskipun terdapat fluktuasi suku bunga tabungan dan berbagai keluhan terkait fitur layanan di *mobile banking*. Namun, belum dapat dipastikan apakah ketertarikan nasabah ini disebabkan oleh suku bunga tabungan yang ditawarkan atau karena beragamnya fitur layanan yang tersedia. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh suku bunga tabungan dan fitur layanan terhadap ketertarikan nasabah dalam menggunakan Neobank, terutama mengingat persaingan ketat di sektor perbankan digital. Penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi para akademisi, peneliti, dan perusahaan untuk mengembangkan program perbankan digital yang lebih inovatif, sehingga nasabah tertarik untuk menggunakannya karena bank digital merupakan kategori baru dalam industri perbankan di Indonesia.

**Suku Bunga Tabungan**

Menurut teori klasik (Nopirin, 2018), semakin tinggi tingkat suku bunga tabungan, semakin banyak masyarakat yang cenderung menabung, namun semakin sedikit yang akan melakukan investasi. Artinya, ketika suku bunga tinggi, orang akan lebih terdorong untuk mengurangi pengeluaran mereka guna meningkatkan tabungan.Indikator menurut Kasmir (2015) yaitu:

1. Kepentingan akan dana
2. Persaingan
3. Kebijaksanaan pemerintah
4. Keloyalan nasabah atau hubungan baik

H1 : Suku bunga tabungan berpengaruh positif terhadap ketertarikan nasabah

**Fitur Layanan**

Fitur layanan sangat penting dalam pengambilan keputusan karena fitur yang lengkap dan memadai membuat pelanggan lebih tertarik menggunakan layanan, sedangkan fitur yang kurang lengkap membuat mereka kurang tertarik (Abrilia & Tri, 2020). Indikator Fitur Layanan menurut Poon (2017) yaitu :

1. Kemudahan dalam akses informasi tentang produk dan jasa
2. Beragam fitur
3. Variasi layanan transaksi
4. Inovasi produk

H2 : Fitur layanan berpengaruh positif terhadap ketertarikan nasabah

**Minat**

Minat adalah rasa suka dan ketertarikan terhadap sesuatu tanpa paksaan. Minat muncul ketika seseorang terus-menerus memperhatikan dan menikmati aktivitas tertentu. Faktor yang memicu ketertarikan menyebabkan seseorang memilih kegiatan yang menarik. Menurut Guilford (2019), minat adalah kecenderungan umum seseorang untuk tertarik pada hal-hal tertentu. Indikator menurut Ferdinand (2017) yaitu:

1. Minat dalam melakukan transaksi
2. Minat dalam memberikan referensi
3. Minat dalam menunjukkan preferensi
4. Minat dalam eksplorasi

H3 : Suku bunga tabungan dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan ketertarikan nasabah

**Kerangka Pemikiran**



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

**2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian adalah ketertarikan nasabah dalam menggunakan aplikasi Neobank mobile, dengan tujuan menganalisis pengaruh suku bunga tabungan dan fitur layanan terhadap ketertarikan tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria: (1) responden adalah pengguna Neobank, (2) berusia di atas 17 tahun (usia tidak ditentukan).

Metode dikumpulkan melalui surbei dengan kuesioner Google Form yang berisi pertanyaan terkait variabel penelitian. Kuesioner ini disebarkan kepada responden yang memenuhi kriteria melalui platform media social seperti Twitter, Instagram, Whatsapp dan Facebook. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan regresi linear dengan perangkat lunak SPSS 27. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear untuk meneliti hubungan antara dua variabel independen dan satu variabel dependen serta mengukur pengaruhnya. Pengujian statistik pada penelitian ini terdiri dari uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolenaritas, uji heterokedastisitas), uji analisis linear berganda dan uji hipotesis (uji t, uji f dan uji koefisien determinasi).

**3. Pembahasan**

**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

1. **Uji Validitas**

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel**  | **Indikator** | **r-hitung** | **r-tabel** | **Keterangan** |
| ***Suku Bunga Taabungan (X1)*** | X1.1 | 0.789 | 0,3061 | Valid  |
| X1.2 | 0.820 | 0,3061 | Valid |
| X1.3 | 0.844 | 0,3061 | Valid |
| X1.4 | 0.710 | 0,3061 | Valid |
| X1.5 | 0.790 | 0,3061 | Valid  |
| ***Fitur Layanan******(X2)*** | X2.1 | 0.763 | 0,3061 | Valid |
| X2.2 | 0.823 | 0,3061 | Valid |
| X2.3 | 0.849 | 0,3061 | Valid |
| X2.4 | 0.751 | 0,3061 | Valid  |
| X2.5 | 0.827 | 0,3061 | Valid |
| ***Ketertarikan Nasabah (Y)*** | Y.1 | 0.829 | 0,3061 | Valid |
| Y.2 | 0.792 | 0,3061 | Valid |
| Y.3 | 0.747 | 0,3061 | Valid |
| Y.4 | 0.839 | 0,3061 | Valid |

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas, semua pernyataan dalam kuesioner memperlihatkan hasil bahwa nilai r-hitung lebih besar dari pada r-tabel (0,361). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner dalam mengukur variabelsuku bunga tabungan, fitur layanan, dan ketertarikan nasabah dianggap valid.

1. **Uji Reliabilitas**

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | ***Cronbach’s Alpha*** | ***Cronbach’s Alpha Standar*** | **Keterangan** |
| Suku Bunga Tabungan | 0.848 | 0.6 | Sangat Reabilitas |
| Fitur Layanan | 0.858 | 0.6 | Sangat Reabilitas |
| Ketertarikan Nasabah | 0.814 | 0.6 | Sangat Reabilitas |

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas, setiap item pernyataan pada variabel suku bunga tabungan, fitur layanan, dan ketertarikan nasabah dalam penelitian ini memiliki nilai yang lebih tinggi dari nilai standar *Cronbach’s Alpha*, yaitu 0,6. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa item-item tersebut reliabilitas.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

1. **Uji Normalitas**

 **Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**



Sumber : data diolah menggunakan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan tabel di atas, nilai Asymp. Sig lebih besar dari nilai alpha yaitu 0,136 > 0,05. Maka, sampel data dalam penelitian ini dinyatakan terdistribusi secara normal.

1. **Uji Multikoleniaritas**

**Tabel 5. Hasil Uji Multikoleniaritas**



 Sumber : data diolah menggunakan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan tabel di atas, nilai tolerance diperoleh sebesar 0,742 yang mana lebih besari dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,347 yang mana kurang dari 10. Maka, dalam penelitian ini bebas dari gejala multikoleniaritas

1. **Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : data diolah menggunakan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan tebel di atas, kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai signifikasi diatas 0,05 sehingga dinyatakan bebas heteroskedastisitas.

**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**



Sumber : data diolah menggunakan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukan data yang telah diuji menggunakan regresi linear berganda memperlihatkan persamaan di bawah ini:

**Y = 2.214 + 0,452𝑿1 + 0.245𝑿2**

1. Uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa hasil nilai konstanta sebesar 2.214 sehingga menandakann tanda positif. Artinya, jika suku bunga tabungan (X1) dan fitur layanan (X2) adalah 0, maka ketertarikan nasabah (Y) adalah 2.214.
2. Uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa hasil nilai koefisien regresi untuk variabel suku bunga tabungan (X1) sebesar 0.452. Koefisien yang positif ini peningkatan pada suku bunga tabungan (X1) akan diikuti oleh peningkatan pada ketertarikan nasabah (Y), dengan asumsi bahwa variabel lain tetap konstan. Nilai positif mengindikasikan adanya hubungan atau pengaruh yang searah antara suku bunga tabungan (X1) dan ketertarikan nasabah (Y).
3. Uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa hasil nilai koefisien regresi untuk variabel fitur layanan (X2) sebesar 0.245. Koefisien positif mengindikasikan adanya hubungan searah antara Fitur Layanan (X2) dan Ketertarikan Nasabah (Y). Dengan kata lain, jika fitur layanan meningkat sementara variabel lainnya tetap konstan, maka ketertarikan nasabah (Y) juga akan bertambah.

**Hasil Uji Hipotesis**

1. **Uji t (Parsial)**

**Tabel 8. Hasil Uji t (parsial)**



Sumber : data diolah menggunakan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan pada tabel diatas, maka hasil uji T dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai t hitung variabel suku bunga tabungan (X1) sebesar 4,182 dengan nilai kurang dari 0,001 karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (4.186>1,98472) dan nilai kurang dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel suku bunga tabungan (X1) memiliki pengaruh positif terhadap ketertarikan nasabah (Y) sehingga hipotesis H1 dapat diterima dalam penelitian ini.
2. Nilai t hitung variabel fitur layanan (X2) sebesar 2,184 dengan nilai kurang dari 0,001 karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2,184>1,98472) dan nilai kurang dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel fitur layanan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap ketertarikan nasabah (Y) sehingga hipotesis H1 dapat diterima dalam penelitian ini.
3. **Uji f (Simultan)**

**Tabel 9. Hasil Uji f (simultan)**



Sumber : data diolah menggunakan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan hasil uji F, nilai F hitung adalah 21,270 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel (21,270 > 2,70) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), dapat disimpulkan bahwa variabel Suku Bunga tabungan (X1) dan Fitur Layanan (X2) secara signifikan mempengaruhi Ketertarikan Nasabah (Y). Maka, dapat disimpulkan H3 diterima dalam penelitain ini.

1. **Uji Koefisien Determinasi**

**Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan tabel, nilai Adjusted R Square adalah 0,305 menunjukkan bahwa variabel Suku Bunga (X1) dan Fitur Layanan (X2) sebesar 30,5% dari pengaruh Ketertarikan Nasabah dalam menggunakan Neobank *mobile*, sementara 69,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Pengaruh Suku Bunga Tabungan terhadap Ketertarikan Nasabah**

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa tingkat suku bunga tabungan berdampak positif terhadap ketertarikan nasabah. Pengaruh positif ini menandakan bahwa Neobank berhasil memanfaatkan suku bunga tabungan untuk menarik perhatian nasabah untuk menggunakan bank digital tersebut. Dengan menawarkan suku bunga tinggi, pihak bank memberikan insentif harian kepada nasabah melalui bunga yang diperoleh dari tabungan nasabah.

**Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Ketertarikan Nasabah**

Penelitian yang dilakukan mengungkapkan bahwa fitur layanan memiliki dampak positif terhadap ketertarikan nasabah. Pengaruh positif ini disesbkan oleh adanya indikator fitur layanan sebagai tambahan pada layanan mobile banking yang bertujuan menarik minat nasabah untuk menggunakan Neobank *mobile*. Pada fitur layanan ini menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan.

**Pengaruh Suku Bunga Tabungan dan Fitur Layanan terhadap Ketertarikan Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pengaruh suku bunga tabungan dan fitur layanan terhadap ketertarikan nasabah berdampak positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat, kombinasi suku bunga tabungan yang kompetitif dan fitur layanan yang unggul mempengaruhi ketertarikan nasabah dalam menggunakan bank digital Neobank *Mobile*.

**4. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel suku bunga tabungan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah. Suku bunga yang kompetitif dan tinggi mampu menarik lebih banyak nasabah karena mereka menerima pencairan bunga tabungan setiap hari, yang dapat ditarik setiap saat. Dalam konteks ini, pemberian suku bunga yang menarik merupakan bentuk penghargaan yang membuat nasabah merasa dihargai atas kontribusinya terhadap Neobank *mobile*. Selain itu, variabel fitur layanan juga memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa tersedianya berbagai fitur layanan transaksi memberikan kemudahan bagi nasabah

Dalam menggunakan aplikasi Neobank *mobile*. Pihak Bank Neo Commerce terus menyempurnakan aplikasinya sehingga hal ini menjadi pertimbangan penting bagi nasabah untuk menggunakannya. Dengan fitur layanan yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan pengguna Neobank akan meningkat setiap tahunnya. Secara simultan, suku bunga tabungan dan fitur layanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap ketertarikan nasabah. Hal ini membuktikan bahwa suku bunga yang kompetitif membuat nasabah tertarik untuk menggunakannya dan fitur layanan yang beragam pun juga akan menarik nasabah.

**Daftar Pustaka**

Abdi, A. (2022, Desember 13). *Ramai Dibicarakan, Aplikasi Bank Neo Commerce Diunduh Jutaan Kali*. From pajak.com: https://www.pajak.com/pwf/ramai-dibicarakan-aplikasi-bank-neo-commerce-diunduh-jutaan-kali/

Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *8*(3), 1006-1012.

Anggraeni, R. (2023, Januari 06). *Cek 10 Aplikasi Bank Digital Paling Banyak Diunduh, Neobank hingga Bank Jago*. From finansial.bisnis.com: https://finansial.bisnis.com/read/20230107/90/1615903/cek-10-aplikasi-bank-digital-paling-banyak-diunduh-neobank-hingga-bank-jago

Aprilia, Z. (2023, June 06). *Daftar Lengkap Bunga Bank Digital, Ada yang 8%*. From cbncindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/market/20230620155354-17-447690/daftar-lengkap-bunga-deposito-bank-digital-ada-yang-8

Astuty, S., Hastuti, D. R. D., Kamaruddin, C. A., & Tahir, M. I. T. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Tabungan di Indonesia. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, *3*(2), 335-343.

Commerce, B. N. (2024, Mei 1). *Branch Office* . From bankneocommerce.co.id: https://www.bankneocommerce.co.id/en/personal/other-services/Branch-Offering/branch-office

Commerce, B. N. (2024, Mei 9). *Company Information*. From www.bankneocommerce.co.id: https://www.bankneocommerce.co.id/id/company-information/about-bnc

Commerce, B. N. (2024, Mei 28). *Financial Report*. From www.bankneocommerce.co.id: https://www.bankneocommerce.co.id/id/company-information/financial-report-Laporan%20Tahunan

Commerce, B. N. (2024, Mei 15). *Layanan Bank Kian Diminati, Bank Neo Commerce Garap Segmen Individual, Korporasi&UMKM*. From www.bankneocommerce.co.id: https://www.bankneocommerce.co.id/id/news/layanan-bank-kian-diminati-bank-neo-commerce-garap-segmen-individual-korporasiumkm

Digital, M. (2023, Juli 31). *Layanan Makin Lengkap, Kinerja Bank Neo Commerce Meningkat*. From finansial.bisnis.com: https://finansial.bisnis.com/read/20230731/90/1679779/layanan-makin-lengkap-kinerja-bank-neo-commerce-meningkat

Gunadi, G., Mulyadi, M., & Pramono, S. (2018). PENGARUH SUKU BUNGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH. *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)*, *23*(3), 40-49.

Gunawan, K. A. P., Purnami, A. S., & Senimantara, N. (2020). Pengaruh Faktor Promosi, Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank Umum (Studi Kasus BNI 46). *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, *3*(2), 45-51.

Hopkins. (1981). *Educational and Psychological Measurement and Evaluation.* Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hil Inc.

Irfan. (2024, Januari 19). *Neobank Adalah Tren Perkembangan Digital, Apakah Aman? Ini Faktanya*. From ascore.ai: https://ascore.ai/blogs/market\_insight/fakta-tentang-neobank

Iqbal, J., Heriyani, H., & Urrahmah, I. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. *Global Financial Accounting Journal*, *5*(2), 25-36.

Klasjok, K., Rotinsulu, T. O., & Maramis, M. T. B. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tabungan Masyarakat Pada Bank Umum Di Papua Barat (Periode Tahun 2008-2017). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, *18*(3).

Kasmir. (2015). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : Rajawali Pers.

Kasmir. (2018). *Dasar-Dasar Perbankan.* (Revisi-15 ed.). Depok : Rajawali Pers.

Marthauli, M., Mirati, E., & Vidyasari, R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca *Mobile* Di Wilayah Jabodetabek. *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, *8*(1).

Nopirin. (2018). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro-Makro .* Yogyakarta: BPFE.

PT Bank Neo Commerce. (2021). L*aporan Keuangan Publikasi Maret 2021*. Jakarta: Bank Neo Commerce,tbk

PT Bank Neo Commerce. (2022). L*aporan Keuangan Publikasi Maret 2022*. Jakarta: Bank Neo Commerce,tbk

PT Bank Neo Commerce. (2023). L*aporan Keuangan Publikasi Maret 2023*. Jakarta: Bank Neo Commerce,tbk

PT Bank Neo Commerce. (2024). L*aporan Keuangan Publikasi Maret 2024*. Jakarta: Bank Neo Commerce,tbk

Siwi, J., Rumate, V., & Niode, A. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Permintaan Kredit pada Bank Umum di Indonesia Tahun 2011- 2017. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01). Dipetik April 2024, dari https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/download/22260/219 45/45376

Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (p. 99). Bandung: Alfabeta.

Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan, dan keamanan terhadap niat menggunakan e-money. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, *5*(3), 113-119.

Widowati, A. S., & Mustikawati, R. I. (2018). Pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, *7*(2), 141-156.

Wijaksana, F. M. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia.* Jakarta: Jurnal Ecodemia