

DAFTAR PUSTAKA

- Amanullah, B., & Sutopo, S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Andriati, R., & Huda, N. (2015). The Influences of Productive Zakah Mentoring To Saving Behavior and The Prosperity of Poor Housewife. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 7(2), 207-216.
- Anggraini, SISKI. 2019. "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Bri Syariah Kcp Magelang Dengan Reputasi Sebagai Variabel Moderating."
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2016). FinTech, RegTech, and the reconceptualization of financial regulation. *Nw. J. Int'l L. & Bus.*, 37, 371.
- Boonsiritomachai, W., & Pitchayadejanant, K. (2018). Drivers Impacting Residents'attitudes Toward Sports Event Tourism: A Hybrid Sem-Neural Networks Approach. *Modern Management Journal*, 16(1), 239-250.

- Budi Agus Riswandi*,(2005). *Aspek Hukum Internet Banking*, Jakarta : Raja Grafindo. Persada,
- Budi Wibowo, “Analisa Regulasi Fintech Dalam Membangun Perekonomian Di Indonesia,” *Jurnal Magister Teknik Elektro Universitas Mercu Buana* (2016),
- Budianti, I. dkk.(2018). *Profil Generasi millenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Diakses dari: <https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf>.
- Budiarto, S. (2020). Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Pendekatan Mark Plus & Co di Kandatel Jakarta. *Jurnal Industri Elektro dan Penerbangan*, 3(1)
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Edisi 1. Andi. Yogyakarta.
- Darna, & Wardani, D. P. (2013). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pengambilan Produk Pembiayaan Kpr Platinum Ib Pada Bank X Syariah Cabang Harmoni. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- David, Fred R. (2011). *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta Salemba Empat.
- Dodi Yarli, “Analisis Akad Tijarah Pada Transaksi Fintech Syariah Dengan Pendekatan Maqhasid,” *Yudisia Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islami* 9, no. 2 (2018).

- Dwiastanti, A. (2015). Financial Literacy as the Foundation for Individual Financial Behavior. *Journal of Education and Practice*, 6(33), 99-105.
- Erliana, E. (2019). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Saving Behavior pada Mahasiswa di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Universitas Internasional Batam).
- Fadlan, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya) (Universitas Brawijaya).
- Firlianda, F.(2019) *Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku menabung pada mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* (Bachelor's thesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Fry, T. R., Mihajilo, S., Russell, R., & Brooks, R. (2008). The factors influencing saving in a matched savings program: Goals, knowledge of payment instruments, and other behavior. *Journal of Family and Economic Issues*, 29(2), 234-250.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

- Gu, J. C., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert Systems with Applications*, 36(9), 11605-11616.
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*, 5 (1), 55-67.
- Hadi, Syamsul, and Novi Novi. 2015. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking." *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 5 (1): 55.
<https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>.
- Hanafizadeh, P., Behboudi, M., Koshksaray, A. A., & Tabar, M. J. S. (2014). Mobile-banking adoption by Iranian bank clients. *Telematics and Informatics*, 31(1), 62-78.
- Hasibuan S.P Malayu. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indonesia, T. R. K. B. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 725.
- ISTIQOMAH, I. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING PEMBAYARAN ONLINE UKT MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG (Studi pada mahasiswa FEBI & Tarbiyah UIN Raden Intan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

- Jamal, A. A. A., Ramlan, W. K., Karim, M. A., & Osman, Z. (2015). The effects of social influence and financial literacy on savings behavior: A study on students of higher learning institutions in Kota Kinabalu, Sabah. *International Journal of Business and Social Science*, 6(11), 110-119.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas Jilid 1. Jakarta.
- Krisnawati, K. (2019). *Analisis Pengaruh Self Control, Parental Socialization, Peer Influence, Saving Motive dan Financial Literacy terhadap Saving Behavior Generasi Milenial di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Universitas Internasional Batam).
- Laily, N. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan. *Journal of Accounting and Business Education*, 1(4).
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20,0. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Laukkanen, T., & Lauronen, J. (2005). Consumer value creation in mobile banking services. *International journal of mobile Communications*, 3(4), 325-338.
- Loaba, S. (2021). The impact of mobile banking services on saving behavior in West Africa. *Global Finance Journal*, 100620.

- Maharsi, Sri dan Fenny. 2006. "Analisa Faktorfaktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile banking di Surabaya". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 8 (1), Mei 2006, 35-51.
- Mangkunegara, A. A. P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Manuarang, R. N., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Survei Pada Pengunjung Toko Buku Ub Press, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(3), 41-47.
- Mendrofa, Y. B. (2012). Effect Of Product Knowledge And Brand Image To Purchase Intention With Hp Laptop Brand Price Discounts As Variables Moderated In Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(4).
- Muhammad Afdi Nizar, "Teknologi Keuangan (Fintech): Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia," *Warta Fiskal* 5 (2017): 1–11
- Muliaman D Hadad, "Financial Technology (FinTech) Di Indonesia" Kuliah Umum Tentang FinTech-IBS (Jakarta, 2017), 7.
- Ningsih, R. S., Widiyanto, W., & Sudarma, K. (2018). The Effect of Family Environment and School Environment Towards Savings Behavior Through Self Control in High School Students in Purwodadi City, Grobogan Regency. *Journal of Economic Education*, 7(1), 52-59.

- Novianty, E. (2017). Pengaruh Pengetahuan Produk, Kesadaran Merek, Persepsi Nilai dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Kosmetik Qweena Skincare (Studi Pada Mahasiswi Fisip Universitas Lampung Pengguna Instagram).
- Peter, J.P., & Olson, J.C. (2003). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 8. Terjemahan. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Putra, B. H. (2018). Pengaruh Sosialisasi Keuangan Keluarga Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 2(2), 107-114.
- Putra, E. D., & Sari, A. R. (2020). Pengetahuan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Karyawan. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 10(1), 1-16.
- Putribasutami, Cindhy Audina, and R. A. Sista Paramita. 2018. "Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo." *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 6 (3).
- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sabri, M. F., & MacDonald, M. (2010). Savings behavior and financial problems among college students: The role of financial literacy in Malaysia. *Cross-Cultural Communication*, 6(3), 103-110.
- Sartika, Y. (2017). Pengaruh Salesmanship Terhadap Penjualan Kredit Pada Usaha Ekonomi Kelurahan Perdana Mandiri Sejahtera

- Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Sihotang, M. F. (2014). Penentuan Strategi Pemasaran Perumahan Dengan Menggunakan Analisis Swot Dan Analisis Ahp (Studi Kasus: Perumahan Arima Cluster) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Siregar, Fifi Ariska. 2019. "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Dan Layanan Mobile Banking Terhadap Minat Masyarakat Menabung Pada Uus Btn Medan Juanda." *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Siregar, Syofian. 2015. Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sirine, H., & Utami, D. S. (2016). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku menabung di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan bisnis*, 19(1), 27-52.
- Soekidjo, Notoatmodjo. (2009). "Pengembangan sumber daya manusia." Jakarta: Rineka Cipta
- SP, Malayu. Hasibuan, 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Subhamv, & Priya, P. S. (2016). A Study on Factors Affecting Savings Behaviour of Gen Y. *Asian Journal of Research in Social Sciences*

and Humanities, 6(7), 1627–1636. <https://doi.org/10.5958/2249-7315.2016.00532.3>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhendra, Y. F., & Arifin, A. Z. (2019). Faktor Yang Memprediksi Perilaku Menabung Pekerja Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(3), 600-608.

Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen, Teori, dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.

Wahyuni, N. L. G., & Suparna, G. (2014). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Produk Tas Tiruan di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 3(4).

Waluyo, P., & Pamungkas, A. (2003). Analisis Perilaku Brand Switching Konsumen dalam Pembelian Produk smartphone di Semarang. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.

- Waluyo, P., & Pamungkas, A. (2003). Analisis Perilaku Brand Switching Konsumen dalam Pembelian Produk smartphone di Semarang. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.
- Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia [Effect of Mobile Banking (M-Banking) Service Quality on Customer Satisfaction in Indonesia]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 10(2), 273-284.
- Webley, P., & Nyhus, E. K. (2006). Parents' influence on children's future orientation and saving. *Journal of Economic Psychology*, 27(1), 140-164.
- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59-66.
- Widowati, Ayun Sekar, and RR Indah Mustikawati. 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). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21643>
- Wijanarko, Bondan Aditya. 2009. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Mobile banking di

Magelang, Skripsi Sarjana Strata I, tidak diterbitkan, Yogyakarta:
Fakultas Ekonomi UII.

Yamin, Sofyan 2011. *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling: Aplikasi dengan Software XLSTAT, SmartPLS, dan Visual PLS*. Salemba Infotek. Jakarta.

Zenna, E. (2019). *Pengaruh Financialliteracy, Peer Influence, Selfcontrol, dan Income Terhadap Saving Behavior pada Wirausaha di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Universitas Internasional Batam).

LAMPIRAN I KUESIONER

KUISIONER

Yth.

Bapak/Ibu

Di Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian studi saya pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Hasanuddin, saat ini saya sedang mengadakan penelitian dengan judul: "**Analisis Saving Behavior Nasabah Millenial dengan Product Knowledge dan Pemanfaatan Mobile Banking (Studi kasus Pada PT Bank Negara Indonesia Wilayah Makassar)**". Dengan tujuan tersebut, saya membutuhkan bantuan bapak/ibu/saudara/i untuk dapat menjadi responden dengan mengisi kuesioner penelitian sebagaimana yang terlampir di bawah ini. Sesuai dengan etika penelitian, saya akan menjaga kerahasiaan jawaban Anda. Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat

Kami,

Peneliti

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
2. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Wiraswasta
 Pegawai Swasta PNS
3. Lama menjadi nasabah 1 – 6 bulan 1 – 2 tahun
 2 -15 tahun
4. Usia : 17-23 24- 30
 31-37
5. Intensitas penggunaan : 1- 5 6 - 15
(dalam 1 bulan) 15 - 30

B. Petunjuk :

1. Kuesioner ini disusun dalam rangka penelitian penyusunan Thesis dan semata-mata untuk kepentingan akademis. Identitas, pendapat dan perasaan responden sangat dirahasiakan.
2. Jawablah pertanyaan/pernyataan dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Berikan tanda check (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pernyataan (SS, S, R, TS dan STS).

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju (skor : 1)

TS = Tidak Setuju (skor : 2)

R = Ragu/Netral (skor : 3)

S = Setuju (skor : 4)

SS = Sangat Setuju (skor : 5)

Pernyataan:

1) Pengetahuan produk

No	Pernyataan	Tanggapan				
		STS	TS	KS	S	SS
	Atribut produk					
1	Saya mengetahui banyak mengenai fitur-fitur dalam BNI mobile banking					
	Manfaat fisik					
2	Dengan BNI Mobile Banking, bayar tagihan mudah tanpa mengganggu aktivitas saya					
	Manfaat psikologis,					
3	BNI mobile banking memberikan rasa aman dan nyaman					

	Nilai-nilai yang diperoleh apabila konsumen mengkonsumsi produk atau jasa.					
4	Nasabah merasa lebih di manjakan dalam kemudahan trnasaksi online					

2) Penggunaan Mobile Banking

No	Pernyataan	Tanggapan				
		STS	TS	KS	S	SS
	kemudahan fitur					
1	Fitur-fitur dalam BNI mobile banking mempermudah saya dalam transaksi online					
	pengaruh social					
2	BNI Mobile banking membantu saya dalam menghemat waktu dan sangat praktis					
	harapan kinerja					
3	BNI Mobile banking membuat kinerja saya lebih baik dalam bekerja					
	keamanan sistem					
4	Sistem keamanan aplikasi BNI Mobile banking telah distandarisasi pihak bank.					

	pendorong sistem pembayaran					
5	BNI Mobile banking membuat saya lebih sering bertransaksi non tunai					

3) Perilaku menabung (Y)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
	Waktu; Intensitas Menabung					
1	Saya menabung secara rutin dan teratur untuk kebutuhan di masa depan dan hari tua					
	Tindakan; menyimpan uang di bank, manfaat yang dirasakan					
2	Saya menabung untuk keperluan pendidikan tinggi dan memiliki sebuah rumah					
	Situasi; Persiapan menabung					
3	Saya menjalani hidup hemat dan sederhana agar bisa menabung					

LAMPIRAN HASIL OLAH DATA PLS

1. UJI REABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	Realiabilitas Komposit
Pengetahuan Produk	0.912	0.938
Mobile Banking	0,916	0,937
Perilaku Menabung	0.915	0.947

Sumber : Hasil Olah Data Smart PLS

2. UJI VALIDITAS

	Original Sample (O)	P Values
X1.1 <- Pengetahuan Produk Mobile Banking	0.835	0.000
X1.2 <- Pengetahuan Produk Mobile Banking	0.870	0.000
X1.3 <- Pengetahuan Produk Mobile Banking	0.920	0.000
X1.4 <- Pengetahuan Produk Mobile Banking	0.930	0.000
Y.1 <- Saving Behavior	0.924	0.000
Y.2 <- Saving Behavior	0.914	0.000
Y.3 <- Saving Behavior	0.936	0.000
Z1.1 <- Penggunaan Mobile Banking	0.865	0.000
Z1.2 <- Penggunaan Mobile Banking	0.863	0.000
Z1.3 <- Penggunaan Mobile Banking	0.876	0.000
Z1.4 <- Penggunaan Mobile Banking	0.855	0.000
Z1.5 <- Penggunaan Mobile Banking	0.867	0.000

3. PENGARUH LANGSUNG

Variabel	Sampel Asli (O)	T Statistik	P Values
Pengetahuan Produk Mobile Banking -> Penggunaan Mobile Banking	0.665	8.209	0,000
Pengetahuan Produk Mobile Banking -> Perilaku Menabung	0.483	4.076	0,000
Penggunaan Mobile Banking -> Perilaku Menabung	0.251	1.665	0.097

4. PENGARUH TIDAK LANGSUNG

Variabel	Sampel Asli (O)	T Statistik	P Values
Pengetahuan Produk Mobile Banking => Penggunaan Mobile Banking=> Perilaku Menabung	0,167	1.602	0,110

5. Distribusi Tanggapan Responden

Indikator	Rata-rata	Medium	Manimum
X.1	4.040	4.000	1.000
X.2	3.470	4.000	1.000
X.3	3.790	4.000	1.000
X.4	3.750	4.000	1.000
Z.1	3.640	4.000	1.000
Z.2	3.510	4.000	1.000
Z.3	3.810	4.000	1.000
Z.4	3.789	4.000	1.000
Z.5	3.680	4.000	1.000
Y.1	3.755	4.000	1.000
Y.2	3.760	4.000	1.000
Y.3	3.840	4.000	1.000

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3
3	2	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3
5	3	4	3	5	3	3	5	5	3	3	3
4	2	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	3
4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	3	3
4	3	4	3	5	4	3	3	3	2	2	2

6. MODEL JALUR

