

ANALISIS PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT TERHADAP SIKAP UNTUK MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* MAHASISWA DI KOTA SURABAYA

Nama: Riska Choirunnisa
Jurusan/Program Studi:Ekonomi Pembangunan/
Perbankan dan Jasa Keuangan
Pembimbing I: Dr. Sugeng Hariadi, SE., M.Si
Pembimbing II: Idfi Setyaningrum, S.Si., M.Si

ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang semakin maju dan berkembang membuat berbagai macam sektor melakukan suatu inovasi. Terutama di bidang teknologi informasi. Salah satu sektor yang melakukan suatu inovasi dengan mengikuti kemajuan teknologi adalah sektor perbankan. Perbankan menciptakan inovasi berupa aplikasi yaitu *Mobile Banking*. *Mobile Banking* merupakan layanan berupa aplikasi yang dibuat oleh pihak bank untuk mempermudah nasabahnya melakukan transaksi keuangan. Meskipun mempermudah nasabah, namun tidak semua nasabah menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat terhadap sikap untuk menggunakan *mobile banking* mahasiswa di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa kota Surabaya yang belum memiliki *mobile banking*.

Kata Kunci: *Mobile Banking*, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Sikap.

*ANALYSIS OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED
USEFULNESS ON ATTITUDE TO USE MOBILE
BANKING STUDENTS IN SURABAYA CITY*

Name: Riska Choirunnisa

*Discipline / Study Programme: Ekonomi Pembangunan / Perbankan dan Jasa
Keuangan*

Mentor I: Dr. Sugeng Hariadi, SE., M.Si

Mentor II: Idfi Setyaningrum, S.Si., M.Si

ABSTRACT

Advances in technology that are increasingly advanced and developing have made various sectors carry out an innovation. Especially in the field of information technology. One of the sectors that has made an innovation by following technological advances is the banking sector. Banking creates innovation in the form of an application, namely Mobile Banking. Mobile Banking is a service in the form of an application created by a bank to make it easier for its customers to make financial transactions. Even though it makes it easier for customers, not all customers use mobile banking. This study aims to determine the effect of perceived ease of use, perceived usefulness on the attitude to use of student mobile banking in the city of Surabaya. This research uses a descriptive quantitative survey method. The population in this study were students from the city of Surabaya who did not yet have mobile banking.

Keywords: Mobile Banking, Perceived Ease Of use, Perceived Usefulness, Attitude