

**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *TRUST, ATTITUDES, DAN INTENTIONS* DALAM MEGGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA DI INDONESIA**

**SKRIPSI**

Putri Anatysia Cumalasari

Program Studi Manajemen Pemasaran

Dudi Anandya

Christina Rahardja

**ABSTRAK**

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Trust, Attitudes, Dan Intentions* Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia di Indonesia. Objek yang digunakan dalam skripsi ini adalah *Mobile Banking* Bank Rakyat Indonesia. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *software SPSS 22* dan *software AMOS 22*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah 150 responden yang menggunakan *Mobile Banking* Bank Rakyat Indonesia dalam 3 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah *non probability* sampel dengan *purposive* sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived privacy, perceived reliability, perceived enjoyment, consumer innovativeness* terhadap *trust in the bank, attitudes, dan intentions* pada nasabah *Mobile Banking* bank Rakyat Indonesia.

Kata kunci : *Mobile Banking, Mobile Technology*

***FACTORS AFFECTING TRUST, ATTITUDES, AND INTENTIONS IN USING  
MOBILE BANKING IN INDONESIAN PEOPLE'S BANK CUSTOMERS IN  
INDONESIA***

Putri Anatysia Cumalasari

Marketing Management Study Programme

Dudi Anandya

Christina Rahardja

***ABSTRACT***

*This thesis aims to determine the influence of Factors Affecting Trust, Attitudes, And Intentions In Using Mobile Banking for Bank Rakyat Indonesia Customers in Indonesia. The object used in this thesis is the Mobile Banking of Bank Rakyat Indonesia. Data processing was carried out using Structural Equation Modeling (SEM) with SPSS 22 software and AMOS 22 software. The data used in this study were primary data obtained from distributing questionnaires. Respondents in this study were 150 respondents who used Bank Rakyat Indonesia Mobile Banking in the last 3 months. The sampling technique of this research is a non-probability sample with a purposive sample. The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between perceived usefulness, perceived ease of use, perceived privacy, perceived reliability, perceived enjoyment, consumer innovativeness on trust in the bank, attitudes, and intentions on Mobile Banking customers of Bank Rakyat Indonesia.*

*Keywords: Mobile Banking, Mobile Technology*