

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* NASABAH BANK NTT

Nama : Naomi Kiaduy

Jurusan / Program Studi : Ilmu Ekonomi / Perbankan dan Jasa Keuangan

Pembimbing I : Dra.ec. Mintarti Ariani, M.Si.

Pembimbing II Dr. Sugeng S.E, M.Si.

ABSTRAK

Mobile banking adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *smartphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang *cash*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan penggunaan terhadap sikap penggunaan layanan *Mobile banking* pada nasabah Bank NTT. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank NTT yang menggunakan layanan *Mobile banking*. Uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan program IBM SPSS *Statistics 25*. Dari hasil penelitian diketahui bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap sikap penggunaan layanan *Mobile banking* pada nasabah Bank NTT, sedangkan kemudahan dan kepercayaan penggunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap sikap penggunaan layanan *Mobile banking* pada nasabah Bank NTT.

Kata Kunci : *Mobile banking*, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan penggunaan, sikap penggunaan layanan *Mobile banking*.

FACTORS THAT AFFECT INTEREST OF MOBILE BANKING CUSTOMERS IN NTT BANK

Name : Naomi Kiaduy

Dicipline / Study Programme : Ilmu Ekonomi / Perbankan dan Jasa Keuangan

Mentor I : Dra.ec. Mintarti Ariani, M.Si.

Mentor II : Dr. Sugeng S.E, M.Si.

ABSTRACT

Mobile banking is a banking facility through mobile communications such as smartphones with the provision of facilities similar to an ATM except for taking cash. This study aims to determine the effect of perceived benefits, ease of use, and confidence in the use of the attitude of the use of mobile banking services in NTT Bank nasabah. This research is a quantitative descriptive study with survey methods. The population in this study is NTT Bank customers who use Mobile banking services. Data quality test, classic assumption test, and hypothesis testing in this study use the IBM SPSS Statistics 25 program. From the results of the study note that the perception of benefits has a negative effect but is not significant on the attitude of using mobile banking services to NTT Bank customers, while the ease and trust of the use has an effect negative and insignificant toward the attitude of using Mobile banking services to Bank NTT customers.

Keywords : Mobile banking, perceived usefulness, ease of use, trust in use, attitude of using Mobile banking services.