

ABSTRAKSI

DEVI IDA KHOMALASARI. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking* melalui Sikap sebagai Intervening. (dibimbing oleh RA. Nurlinda, SE, MM)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap, dan pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan melalui sikap. Variabel Independen adalah Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan, Variabel Dependen adalah Penggunaan dan Variabel Intervening adalah Sikap. Jumlah sampel penelitian yang digunakan sebanyak 150 responden. Responden penelitian ini adalah nasabah Bank BCA yang menggunakan Layanan *Mobile Banking* di Wilayah Kecamatan Palmerah, Jakarta Barat. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Path.

Hasil penelitian ini menunjukkan pada sub struktur 1 bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap sikap sebesar $0,037(<0,05)$, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap sebesar $0,000(<0,05)$, dan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap sikap sebesar $0,000(0,05)$. Pada sub struktur 2 bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan sebesar $0,020(<0,05)$, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan sebesar $0,000(<0,05)$, sikap berpengaruh terhadap penggunaan sebesar $0,002(<0,05)$ dan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan sikap terhadap penggunaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap penggunaan sebesar $0,000(<0,05)$.

Kata kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap, Penggunaan

ABSTRACT

DEVI IDA KHOMALASARI. Influence Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use to Use Mobile Banking Services through attitude as Interviening (Supervisor RA. Nurlinda, SE, MM)

This study aims to determine the effect of perceived usefulness and perceived ease of use of the attitude, and the effect of perceived usefulness and perceived ease of use to use through attitude. Independent variables were Perceived of Usefulness and Perceived Ease of Use, and the Dependent Variable is the use of variable Interviening is attitude. The number of samples used in this research as much as 150 respondents. Respondents are customers using the BCA Bank Mobile Banking Services in Regional District of Palmerah. The method of analysis used in this study is the Path Analysis.

The results of this study indicate the first sub-structure that affect the perceived usefulness the attitude of 0.037 (<0.05), perceived ease of use affects the attitude of 0.000 (<0.05), and perceived usefulness and perceived ease of use effect jointly on attitudes of 0.000 (0.05). In the second sub-structures that affect the perceived usefulness of the use of 0,020 (<0.05), perceived ease of use affect the use of 0.000 (<0.05), attitudes affect the use of 0.002 (<0.05) and perceived usefulness, perceived ease of use and attitude towards the use of influence jointly on the use of 0.000 (<0.05).

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude towards, Usage