

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan *Mobile Banking (M-banking)*. Sampel penelitian ini yaitu nasabah Bank Central Asia yang belum menggunakan layanan *mobile banking*. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya dengan menggunakan model TAM (Technology Acceptance Model). Data yang digunakan berupa data primer yaitu kuesioner yang disebar pada tahun 2023. Sebanyak 100 kuesioner diproses menggunakan SPSS. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (X1) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking* BCA (Y) dan persepsi kenyamanan (X2) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking* BCA (Y).

Kata kunci: *mobile banking*, kemudahan penggunaan, kenyamanan, minat penggunaan

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of perceived ease of use and perceived enjoyment on the intention to use Mobile Banking (M-banking). The research sample consisted of Bank Central Asia customers who have not yet used mobile banking services. This study is an extension of previous research using the Technology Acceptance Model (TAM). The data used were primary data in the form of questionnaires distributed in 2023. A total of 100 questionnaires were processed using SPSS. The method used in this research is Multiple Linear Regression Analysis. The results of this study indicate that perceived ease of use (X1) has a positive effect on the intention to use BCA mobile banking (Y), and perceived enjoyment (X2) also has a positive effect on the intention to use BCA mobile banking (Y).

Keywords: mobile banking, perceived ease, perceived enjoyment, user interest