

INTISARI

ANALISIS MINAT GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*

(Studi Kasus pada Mahasiswa Departemen Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada Angkatan 2016)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi apa saja yang mendorong minat Mahasiswa Departemen Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada Angkatan 2016 dalam menggunakan *mobile banking*. Indikator minat dalam penelitian ini diadopsi dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah dikembangkan oleh Davis (1989). Indikator tersebut diantaranya adalah manfaat atau kegunaan dan kemudahan penggunaan. Penelitian ini juga menggunakan dua indikator eksternal, yaitu pengetahuan dan kepercayaan. Penelitian ini menggunakan sampel sebesar 115 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis non parametrik Uji Konkordansi Kendall. Hasil penelitian menunjukkan urutan responden untuk menggunakan *mobile banking* ditentukan oleh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan. Berdasarkan Uji Konkordansi Kendall persepsi manfaat merupakan persepsi yang paling dominan sebagai persepsi pendorong minat responden untuk menggunakan *mobile banking*.

Kata kunci: *Mobile Banking*, *Technology Acceptance Model* (TAM), Mahasiswa.

ABSTRACT

ANALYSIS OF Z GENERATION INTEREST IN USING MOBILE BANKING

***(Case Study of Students from Departement of Economics and Bussiness
Vocational College Universitas Gadjah Mada Year of 2016)***

This study aimed to analyze factors that may encourage interest of students from the Department of Economics and Business Vocational College of Universitas Gadjah Mada year of 2016 to use mobile banking. Indicator of perception in this research was adopted from Technology Acceptance Model (TAM) developed by Davis (1989). These indicators include benefit or usefulness and ease of use. This research also use two external indicators, namely knowledge and trust. This research used a sample of 115 respondents. The analysis used are descriptive statistical analysis and non parametric analysis of Kendall Concordance Test. The results showed that the respondents interest to use mobile banking is affected by in order usefulness, ease of use, trust, and knowledge. Based on Kendall Corcondance Test, usefulness is the most dominant perception indicator in influencing respondent interest to use mobile banking.

Key Words: *Mobile Banking, Technology Acceptance Model (TAM), Student.*