



ABSTRACT

Mobile banking is an application of Mobile Commerce (M-Commerce) that allows customers to access virtual bank for any time and anywhere. Mobile banking technologies enable customers to conduct transactions such as check balances, transfers, and pay bills. Some banks in Indonesia had implemented the mobile banking services. Banking services are very incredible to come up mobile activity and provide fast transaction without go to bank's place.

This research aims to evaluate the acceptance of mobile banking as well as to analyze the factors that influence the customer in using mobile banking technology. The research was conducted by taking a sample of mobile banking users in Yogyakarta. The model used UTAUT 2 (User Acceptance and Use Of Information Technology 2) for evaluation of mobile banking acceptance. The research was conducted by taking a sample of mobile banking users in Yogyakarta. The instruments are questionnaire and Likert scale. The number of respondents in this study was 100 respondents. Then, data analysis method is Partial Least Square.

Results of this study show the significant effect on behavioral intention is Social influence, Facilitating conditions, Price value, Habits. While the performance expectancy, Effort expectancy, hedonic motivation are not significantly influence the behavioral intention. Facilitating conditions and Habits significantly influence technology use. Hence, Behavioral intention is not significantly affect technology use.

Keywords : mobile banking evaluation, PLS, UTAUT 2



INTISARI

Mobile banking merupakan aplikasi *Mobile Commerce (M-Commerce)* yang memungkinkan pelanggan atau konsumen mengakses bank secara virtual, setiap saat dan dimana saja pelanggan tersebut berada. Teknologi *mobile banking* memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi seperti cek saldo, *transfer*, membayar tagihan. Beberapa bank di Indonesia yang telah menerapkan layanan *mobile banking*, Layanan perbankan ini hadir demi memenuhi aktivitas *mobile* serta memberikan kecepatan bertransaksi bagi para pelanggan atau nasabah bank tanpa perlu repot dengan keharusan menuju kantor cabang bank terdekat.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengevaluasi penerimaan *mobile banking* serta mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelanggan dalam menggunakan teknologi *mobile banking*. Model yang digunakan untuk evaluasi penerimaan *mobile banking* menggunakan *User Acceptance and Use Of Information Technology 2 (UTAUT 2)*. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel pengguna *mobile banking* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner dan diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square*.

Hasil penelitian ini adalah bahwa yang berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* adalah *Social influence*, *Facilitating conditions*, *Price value*, *Habits*. Sedangkan *performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Hedonic motivation* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. *Facilitating conditions* dan *Habits* secara signifikan berpengaruh terhadap *use behavior*. *Behavioral intention* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap *use behavior*.

Kata kunci – Evaluasi *Mobile Banking*, PLS, UTAUT 2