

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap sikap positif penggunaan layanan mobile banking. Dan penelitian ini juga bertujuan menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap sikap positif penggunaan layanan mobile banking.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang pernah menggunakan fasilitas layanan mobile banking. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik *Non-probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling* (pengambilan sampel berdasarkan kebetulan). Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi : uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f, serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan analisis tersebut, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut,

$$Y = 0,337 X_1 + 0,327 X_2 + 0,239X_3$$

Variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh paling besar terhadap sikap positif penggunaan layanan mobile banking sebesar 0,337, kemudian diikuti oleh variabel kemudahan penggunaan sebesar 0,327, lalu diikuti oleh variabel kepercayaan yang memiliki pengaruh paling rendah yaitu sebesar 0,239. Pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independent yaitu persepsi manfaat (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), dan kepercayaan (X_3) yang diteliti terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependent yaitu sikap positif penggunaan layanan mobile banking (Y). Kemudian melalui uji f dapat diketahui bahwa variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan, memang layak untuk menguji variabel dependen yaitu sikap positif penggunaan layanan mobile banking. *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa 74,4% variasi sikap positif penggunaan layanan mobile banking dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi berganda. Sedangkan sisanya sebesar 25,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel tersebut.

Kata kunci : Persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan, sikap positif penggunaan layanan mobil banking.