

ABSTRAK

Mobile banking merupakan layanan pembayaran dalam jumlah kecil menjadi besar dengan menggunakan perkembangan teknologi dan penetrasi *smartphone* dan aktivitas yang dilakukan pada perangkat yang terhubung ke internet seluler yang memungkinkan penyelesaian transaksi keuangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi resiko, persepsi kemudahan penggunaan, kepuasan konsumen terhadap minat menggunakan kembali. Pendekatan yang dilakukan peneliti ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *BCA mobile banking* yang berada di daerah DKI Jakarta. Sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan pendekatan *judgmental sampling* dan memiliki kriteria tertentu yaitu pengguna *BCA mobile banking* minimal satu kali menggunakan. Metode pengumpulan data menggunakan survei, dengan *instrument* penelitian adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali.

Kata kunci: Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Konsumen, Minat Menggunakan Kembali, Pengguna *BCA Mobile Banking*.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

Mobile banking is a payment service in small amounts to large using technological developments and smartphone penetration and activities carried out on devices connected to the mobile internet that enable the settlement of financial transactions. The purpose of this study was to examine the effect of risk perception, ease of use perception, consumer satisfaction on interest in reusing. The approach taken by this researcher uses a quantitative approach. The population in this study is BCA mobile banking users located in the DKI Jakarta area. The sample in this study uses non-probability sampling using a judgmental sampling approach and has certain criteria, namely BCA mobile banking users at least once use. The data collection method uses surveys, with the research instrument being a questionnaire. The data analysis used is Structural Equation Modelling (SEM). The results of this study show that risk perception has a negative and significant effect on interest in reusing, perception of ease of use has a positive and significant effect on interest in reusing, consumer satisfaction has a positive and significant effect on interest in reusing.

Keywords: *Perceived Risk, Perceived Ease of Use, Consumer Satisfaction, Behavioral Intention to Use, BCA Mobile Bankig users.*

