

ABSTRAK

Nada Gracia Yogaswara, 2023, “**Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kegunaan Terhadap Minat Dalam Menggunakan BSI *Mobile***” : Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi.

Industri perbankan syariah kini telah mengalami perkembangan yang semakin pesat dan mempunyai landasan hukum yang memadai. Dengan di perkenalkannya sebuah Mobile Banking (MBanking), kini bank telah berhasil memanfaatkan pertumbuhan teknologi informasi dalam layanan perbankannya. Bank Syariah Indonesia menyediakan layanan mobile banking kepada nasabahnya yang disebut dengan BSI Mobile. BSI Mobile adalah aplikasi yang digunakan untuk mempermudah transaksi layanan perbankan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kegunaan Terhadap Minat Dalam Menggunakan BSI *Mobile*.

Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan populasi dan sampel pengguna BSI Mobile yang merupakan nasabah aktif BSI KCP Singaparna sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner yang dinilai melalui skala likert. Teknik analisis data yang digunakan yaitu: koefisien korelasi, koefisien regresi, koefisien determinasi, uji t dan uji F dengan aplikasi program SPSS 26.

Hasil Penelitian Menunjukkan secara parsial bahwa Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap minat BSI Mobile sebesar 31,2% dan 33,8% positif dan signifikan dengan nilai t hitung 6,662 dan 7,074 pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dinyatakan Persepsi Kemudahan dan Kegunaan berpengaruh terhadap minat BSI Mobile dengan nilai sebesar 41,8% positif dan signifikan dengan nilai Fhitung 34,896 pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat BSI Mobile. Dengan terpenuhi layanan BSI Mobile diharapkan dapat menunjang kebutuhan nasabah BSI KCP Singaparna transaksi online tanpa harus datang ke bank atau ATM karena penyebaran lokasi ATM pun belum merata dan menyeluruh.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Minat BSI *Mobile*.

ABSTRACT

Nada Gracia Yogaswara, 2023 "The Influence of Perceptions of Convenience and Usefulness on Interest in Using BSI Mobile": Sharia Economics Study Program, Siliwangi University.

The sharia banking industry has now experienced increasingly rapid development and has an adequate legal basis. With the introduction of Mobile Banking (MBanking), banks have now succeeded in utilizing the growth of information technology in their banking services. Bank Syariah Indonesia provides mobile banking services to its customers called BSI Mobile. BSI Mobile is an application used to simplify banking service transactions. The aim of this research is to determine the influence of perceived ease and usefulness on interest in using BSI Mobile.

The research method used is quantitative with a population and sample of BSI Mobile users who are active BSI KCP Singaparna customers of 100 respondents. The data collection technique is through distributing questionnaires which are assessed using a Likert scale. The data analysis techniques used are: correlation coefficient, regression coefficient, coefficient of determination, t test and F test with the SPSS 26 program application.

The research results partially show that perceived ease of use and perceived usefulness influence interest in BSI Mobile by 31.2% and 33.8% positively and significantly with t values of 6.662 and 7.074 at a significance level of $0.000 < 0.05$. So it is stated that the perception of ease and usefulness influences interest in BSI Mobile with a value of 41.8% positive and significant with an F value of 34.896 at a significant level of $0.000 < 0.05$. So it can be concluded that Perception of Convenience and Perception of Usefulness have a significant influence on BSI Mobile Interest. By fulfilling the BSI Mobile service, it is hoped that it can support the needs of BSI KCP Singaparna customers for online transactions without having to go to the bank or ATM because the distribution of ATM locations is not evenly distributed and comprehensive

Keywords: *Perception of Convenience, Perception of Usefulness and Interest in BSI Mobile.*