

ABSTRACT

The accelerated advancement in technology resulted to the appearance of self service technology. On form of self service technology in the banking sector is the presence of mobile banking. The purpose of this research is to analyze the effects of perceived ease of use, perceived usefulness, security, and credibility of customer on mobile banking utilizing interest (a study of housewives in Batam). This Research is the development of previous study by using the combination of TAM and TPB model. The data is primary data through questionnaire distributed in 2017. There are 250 questionnaires that processed by using SPSS 23.0 version.. This study empirically concluded that the perceived ease of use, perceived usefulness, security, and credibility of customer has positive and significant influences on mobile banking utilizing.

Keywords: mobile banking, perceived ease of use, perceived usefulness, credibility, security



ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang semakin cepat mengakibatkan munculnya teknologi *self service*. Salah satu bentuk dari teknologi *self service* pada sektor perbankan adalah dengan hadirnya teknologi *mobile banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, keamanan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada ibu rumah tangga di kota Batam. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya dengan menggunakan kombinasi model TAM dan TPB. Data yang digunakan berupa data primer yang berupa kuesioner yang disebar pada tahun 2017. Sebanyak 250 kuesioner diproses menggunakan SPSS versi 23.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, keamanan, dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Kata kunci: *mobile banking*, kemudahan penggunaan, manfaat, kepercayaan konsumen, keamanan.

