

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS SIKAP NASABAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA NASABAH BANK BUKOPIN, Tbk CABANG BANDAR LAMPUNG**

**Oleh :**

**Agus Zakaria**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat persepsi risiko, sikap terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan model Technology Acceptance Model (TAM) dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengambil sampel sebanyak 205 orang responden, yang merupakan nasabah Bank Bukopin Cabang Bandar Lampung.

Analisis dilakukan dengan menggunakan software Smart PLS. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa konstruk niat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara signifikan oleh sikap menggunakan *mobile banking*, sedangkan sikap menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara signifikan oleh konstruk persepsi kemudahan serta persepsi manfaat, dan sebaliknya konstruk variabel persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan.

**Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Sikap, Niat, TAM, PLS, *Mobile banking*, PT. Bank Bukopin, Tbk**

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF CUSTOMER ATTITUDE AND ITS EFFECT TOWARD INTENTION USING MOBILE BANKING ON BANK BUKOPIN, Tbk CUSTOMERS, BANDAR LAMPUNG BRANCH**

**by :**

**Agus Zakaria**

This purpose of this study was to determine the effect of perceived of ease to use, perceived benefits, perceived risk, attitudes towards the intention of using mobile banking. This research is a replication and development of the Technology Acceptance Model (TAM) model from previous research. This study uses a questionnaire as an instrument to take a sample of 205 respondents, who are customers of Bank Bukopin, Bandar Lampung Branch.

The analysis was carried out using Smart PLS software. The results of the analysis for this model show that the intention construct using mobile banking is significantly influenced by the attitude of using mobile banking, while the attitude of using mobile banking is significantly influenced , perceived of ease to use and perceived benefits, and conversely the risk perception variable does not significantly influence.

**Keywords: Perception of convenience, perception of benefits, risk perception, attitude, intention, TAM, PLS, Mobile banking, PT. Bank Bukopin, Tbk**