

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN SERTA PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN APLIKASI *MOBILE BANKING* BRIMO DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Visca Pasha Angeli**

Perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan modern, bank mengembangkan produk baru yang inovatif dan praktis bagi nasabah seperti *mobile banking*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan serta persepsi risiko terhadap niat menggunakan *mobile banking* BRImo di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang diperoleh langsung dari responden menggunakan penyebaran kuisioner *google form* kepada 120 responden dengan indikator skala *likert* 5 poin. Penelitian ini menggunakan alat analisis SPSS. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat menggunakan nasabah *mobile banking* BRImo, sedangkan variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan nasabah *mobile banking* BRImo. Pengujian simultan menunjukkan hasil semua variabel secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat nasabah.

**Kata kunci : Persepsi manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Niat Menggunakan**

## ***ABSTRACT***

### ***THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE AND PERCEIVED RISK ON INTENTION TO USE BRIMO APPLICATION MOBILE BANKING IN BANDAR LAMPUNG***

**By**

**Visca Pasha Angeli**

*The development of the banking world is increasingly rapid and modern, banks are developing new products that are innovative and practical for customers, such as mobile banking. The aim of this research is to determine the influence of perceived usefulness, perceived ease of use and perceived risk on intentions to use BRImo mobile banking in Bandar Lampung. This research uses a quantitative approach obtained directly from respondents using a Google Form questionnaire distributed to 120 respondents with a 5 point Likert scale indicator. This research uses the SPSS analysis tool. Partial test results show that the perceived usefulness and perceived ease of use variables influence the intention to use BRImo mobile banking customers, while the risk perception variable does not significantly influence the intention to use BRImo mobile banking customers. Simultaneous testing shows the results of all variables together have a positive effect on customer interest.*

***Keywords: Perceived usefulness, Perceived ease of use, Perceived Risk, Intention to use***