

INTISARI

Perubahan layanan bank dari konvensional menjadi digitalisasi dapat merubah perilaku pengguna dalam menggunakan mobile banking. Tidak menutup kemungkinan layanan mobile banking masih memiliki kendala atau masalah dalam penggunaannya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap perilaku pengguna mobile banking BRImo, mengetahui peran demografi sebagai variabel moderasi hubungan antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan perilaku pengguna. Metode penelitian ini menggunakan metode PLS melalui software Warp PLS 7.0 dan software SPSS dengan menggunakan data hasil persebaran kuesioner pada pengguna BRImo berjumlah 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna BRImo. Hasil pengujian variabel moderasi pada variabel persepsi kegunaan menghasilkan bahwa demografi usia, pendidikan dan tempat tinggal tidak berperan sebagai variabel moderasi persepsi kegunaan sedangkan jenis kelamin berperan sebagai moderasi persepsi kegunaan. Pada variabel persepsi kemudahan usia, jenis kelamin dan tempat tinggal tidak berperan sebagai variabel moderasi persepsi kemudahan, sedangkan pendidikan berperan sebagai variabel moderasi persepsi kemudahan.

Kata kunci: Mobile Banking, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Perilaku Pengguna, Demografi.

ABSTRACT

Changes in bank services from conventional to digitalization can change user behavior in using mobile banking. It is possible that mobile banking services still have problems or problems in their use. The purpose of this study was to determine the effect of perceived usefulness and perceived convenience on BRImo mobile banking user behavior, to determine the role of demographics as a moderating variable in the relationship between perceived usefulness, perceived convenience and user behavior. This research method uses the PLS method through Warp PLS 7.0 software and SPSS software using data from the distribution of questionnaires to BRImo users totaling 100 respondents. The results of this study indicate that perceived usefulness and perceived convenience have a positive and significant effect on BRImo user behavior. The results of testing the moderating variable on the perceived usefulness variable showed that age, education and place of residence did not act as moderating variables for perceived usefulness, while gender played a role as a moderator for perceived usefulness. In terms of perception of convenience, age, gender and place of residence do not act as moderating variables for perception of convenience, while education acts as a moderating variable for perception of convenience.

Keywords: Mobile Banking, Perceived Usability, Perceived Convenience, User Behavior, Demographics.