

Ringkasan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Bima Mobile. Responden penelitian ini sebanyak 204 nasabah Bank Jateng yang berdomisili di Kabupaten Banyumas.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan: 1) Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, 2) Persepsi manfaat dapat memediasi 3) Kepercayaan dapat memediasi, 4) Persepsi keamanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan.

Implikasi manajerial dari kesimpulan dalam penelitian ini adalah, 1) Bank Jateng dapat berinovasi dengan memberikan fitur-fitur baru untuk aplikasi Bima Mobile, 2) Melakukan edukasi dan sosialisasi tentang cara menggunakan aplikasi Bima Mobile, 3) Meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi Bima Mobile, 4) Menggencarkan sosialisasi aplikasi Bima Mobile untuk membangun kepercayaan.

Batasan penelitian ini adalah 1) Persepsi keamanan gagal dibuktikan pengaruhnya terhadap minat penggunaan

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Kepercayaan, Minat Penggunaan Bima Mobile, *Mobile Banking*, *Technology Acceptance Model (TAM)*

Summary

This study was conducted to analyze perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security, and trust about interest in using Bima Mobile. The respondents of this study were 204 Bank Jateng customers who live in Banyumas Regency.

Based on the results of the research, it can be concluded: 1) Perceived ease of use, perceived usefulness, and trust have a positive effect on interest in use, 2) Perception of benefits can mediate 3) Trust can mediate, 4) Perception of security has no significant effect on interest in use.

The managerial implications of the conclusions in this study, 1) Bank Jateng need to provide new features for the Bima Mobile application, 2) Conducting education and socialization on how to use the Bima Mobile application, 3) Increase the ease of use of the Bima Mobile application, 4) Intensifying socialization for Bima Mobile to build trust.

The limitations of this study are 1) Perception of security fails to prove its effect on interest in use

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security, Trust, Interest in Using Bima Mobile, Mobile Banking, Technology Acceptance Model (TAM)