

ABSTRAK

Dewasa ini, perkembangan teknologi dan informasi mengakibatkan perubahan yang besar bagi kehidupan masyarakat. Akses untuk mendapatkan informasi pun sekarang sangat dipermudah dengan adanya internet. Fenomena ini mengakibatkan tingginya kebutuhan informasi menggunakan jaringan internet. Berbagai keuntungan ditawarkan oleh layanan *mobile banking*, membuat pihak perbankan di Indonesia harus menerapkan sistem pembayaran secara *online*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku nasabah dan pengaruhnya terhadap adopsi *mobile banking* di Indonesia, dengan menggunakan model UTAUT 2. Pada model UTAUT 2 ini memiliki delapan variabel yaitu: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *trust*, *behaviour intention* dan *adoption*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian konklusif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *mobile banking* di Indonesia. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability* dengan pendekatan *convenience sampling*. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *structural equation modelling* (SEM) dengan bantuan *software Lisrel 8.8*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *effort expectancy*, *social influence* dan *hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behaviour intention*, sementara *performance expectancy* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behaviour intention*. *Effort expectancy* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *performance expectancy*. *Facilitating condition* dan *behaviour intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *adoption*.

Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan niat perilaku nasabah mengadopsi *mobile banking*, bagian IT pada setiap bank diharapkan membuat tombol perintah pada aplikasi *mobile banking* yang sederhana supaya mudah digunakan oleh nasabah, memberikan edukasi mengenai keamanan dan keuntungan yang dapat dinikmati melalui penggunaan aplikasi *mobile banking*, pihak bank diharapkan menyediakan fitur *online chatting* pada aplikasi *mobile banking*, melakukan evaluasi terhadap fitur-fitur yang ada pada aplikasi *mobile banking* secara berkala, dan meningkatkan keamanan privasi nasabah pengguna *mobile banking*.

Kata Kunci: *Mobile Banking*, *Behaviour Intention*, Adopsi, UTAUT2 dan SEM.