

ABSTRAK

Perbankan merupakan salah satu industri yang penting bagi perekonomian suatu negara. Selain sebagai lembaga perantara, bank juga menyediakan jasa. Perkembangan teknologi juga mempengaruhi pada perkembangan jasa dari industri perbankan, termasuk layanannya. Seperti pada layanan *mobile banking*. Untuk itu perlu adanya penelitian mengenai faktor apa saja yang menjadi landasan pengembangan layanan *mobile banking* agar bisa bersaing dengan kompetitornya, seperti yang dilakukan oleh CIMB Niaga.

Terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*, salah satunya adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*, TAM yang digunakan adalah yang sudah mengalami pengembangan. Variabel-variabel yang akan dianalisis yaitu *Perceived ease of use (PEOU)*, *Perceived usefulness (PU)*, *Perceived enjoyment (PE)*, *Amount of information on mobile banking (I)*, *Security and privacy (SP)*, *Quality of internet/SMS connection (C)*, *Performance risk*, *Financial risk*, *Time risk*, *Psychological risk*, *Perceived benefit (PB)*, *Convenience*, *Feature availability*, *Bank management and image*, *Design*, *Content*, dan *Speed*. begitu banyak variabel TAM yang mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*, maka diperlukan suatu pengelompokan variabel-variabel tersebut, untuk itu dilakukan analisis faktor.

Hasil analisis faktor meringkas variabel-variabel yang ditentukan untuk diteliti yaitu sebanyak 17 variabel menjadi tiga faktor yang mendorong nasabah CIMB Niaga menggunakan layanan *mobile banking* yaitu faktor konten, faktor resiko dan faktor efisiensi waktu.

Kata Kunci: Mobile Banking, Technology Acceptance Model (TAM), Analisis Faktor.