

Abstrack

Saat ini berbagai macam perusahaan berusaha untuk mengembangkan *technology* yang dapat membantu akitivitas perusahaan sehari-hari.adapun perusahaan – perusahaan di bidang manufaktur dan perbankan sama-sama berusaha mengembangkan *technology* untuk membantu kegiatan operasional perusahaan. perusahaan perbankan saat ini sendiri, berusaha untuk mengembangkan *technology* yang dapat membantu kegiatan operasional perusahaan yaitu *mobile banking*. Tujuan diciptakannya *mobile banking* adalah untuk memudahkan nasabah.variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat dan kemudahan. Menurut Jogiyanto (2007:114) Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu *technology* akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sedangkan persepsi kemudahan didefinisikan sebagai suatu tingkat kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan *technology* akan membawa terbebas dari usaha secara fisik dan mental (Gardner dan Amoroso,2004) . Sampel yang digunakan sebanyak 100 Responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Jenis Data yang digunakan adalah primer dan sekunder. sedangkan metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, uji validitas, uji reabilitas, uji multikonoleritas, uji asumsi klasik, dan, uji hipotesis. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh secara positif sesuai dengan hasil nilai signifikansi hitung sebesar 0,215 dan lebih besar dari 0,05 dan $t_{hitung} (1,802) < t_{tabel} (1,988472)$ sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* sesuai dengan hasil nilai signifikansi hitung sebesar 0,038 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (6,291) > t_{tabel} (1,98472)$

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Minat Nasabah