

ABSTRAK

Ika Maulia Dewi, 2020510030, Pengaruh persepsi kemudahan, dan Electronic Quality Service terhadap keputusan mahasiswa menggunakan layanan mobile banking (studi kasus mahasiswa FEBI IAIN Kudus)

Perkembangan Fintech di Indonesia semakin meningkat setiap tahun. Industri finansial perbankan perlu berinovasi dalam menggabungkan teknologi digital dengan interaksi nasabah, dalam hal ini temuan-temuan teknologi baru tersebut harus mempermudah dan memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam mengakses layanan perbankan. Saat ini, banyak bank yang sudah mulai mengembangkan fitur-fitur perbankan digital mereka. Tidak hanya sebagai penyedia aplikasi dan website untuk bertransaksi saja, digitalisasi perbankan juga dilakukan pada kantor-kantor cabang perbankan yang ada di Indonesia. Terutama terhadap layanan mobile banking yang marak digunakan masyarakat begitu juga para mahasiswa. Aplikasi tersebut sangat familiar, sehingga banyak sekali yang menggunakan namun ada juga yang tidak. Untuk meningkatkan daya tarik pada aplikasi mobile banking perlu adanya persepsi kemudahan dan juga kualitas layanan yang baik. Yang dapat meningkatkan jumlah pengguna mobile banking.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan layanan mobile banking dan juga pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menggunakan aplikasi mobile banking. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian *field research* atau penelitian lapangan. Objek dalam penelitian ini adalah para mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Kudus, teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling*. Sampel yang berjumlah 100 responden dan pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1.) nilai t hitung sebesar 0,919, sementara nilai t tabel adalah 1,98498, dan nilai signifikansi mencapai 0,360. Artinya, nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel, dan nilai signifikansi berada di atas 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan untuk menggunakan mobile banking. 2.) bahwa nilai t hitung sebesar 7,264 nilai t tabel sebesar 1,98498 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang artinya variabel Electronic Quality Service berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking.

Kata kunci : persepsi kemudahan, electronic quality service, keputusan penggunaan