

ABSTRAK

Saat ini layanan perbankan sudah merupakan kebutuhan masyarakat dan transaksi perbankan merupakan suatu 'keharusan'. Untuk memudahkan transaksi, perbankan sudah mulai mengembangkan fasilitas *mobile* dengan menyediakan kemudahan dan kesederhanaan mekanisme bagi nasabah yang dikenal sebagai *mobile banking (m-banking)*. Bank BJB merilis layanan digital berbentuk aplikasi *mobile banking DIGI by bank BJB* yang terhubung langsung dengan *smartphone* berbasis android dan *ios*. Jika dilihat dari jumlah penggunanya, performa penggunaan DIGI By BJB sangat tertinggal dari bank-bank lainnya. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan, apakah *e-service quality* yang diberikan kurang bagus, atau kemudahan teknologi *mobile banking* yang kurang diminati, atau dari faktor keamanan yang kurang sehingga membuat para nasabah kurang percaya terhadap layanan DIGI By BJB sehingga mempengaruhi keputusan penggunaannya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, kemudahan dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan penggunaan DIGI by bjb.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Data yang digunakan yaitu data yang diperoleh dari hasil kuisioner, jumlah kuisioner tersebut ditentukan dengan menggunakan *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*, sehingga jumlah responden penelitian sebanyak 400 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji-F), *e-service quality* (X1), kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y). Berdasarkan hasil uji hipotesis secara persial (uji t) bahwa variabel *e-service quality*, kemudahan, dan kepercayaan terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan DIGI by bjb. Berdasarkan koefisien determinasi didapatkan bahwa *e-service quality*, kemudahan, dan kepercayaan nasabah DIGI by bjb memberikan kontribusi terhadap keputusan penggunaan sebesar 85,2% sedangkan sisanya 14,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Pada penelitian ini, terdapat empat variabel yang terbagi kedalam kategori baik dan cukup baik. penulis tetap memberi saran agar perusahaan secara seimbang terus meningkatkan variabel *e-service quality*, kemudahan, dan kepercayaan agar jumlah nasabah pengguna DIGI By BJB terus meningkat. Dan untuk peneliti selanjutnya diharapkan memilih variabel yang lain.

Kata Kunci : *E-service quality*, kemudahan, kepercayaan, keputusan penggunaan, dan *m-banking*.