

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi penyebab seseorang menggunakan layanan *mobile banking*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi dan menentukan faktor dominan seseorang dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Perkembangan teknologi tidak luput melibatkan sektor perbankan yang dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan yang disediakan oleh pihak bank untuk bisa mempermudah nasabah dalam mengelola akun perbankan miliknya.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Data penelitian didapatkan dari penyebaran kuesioner mengenai layanan *mobile banking* kepada 273 responden dengan menggunakan teknik sampling *nonprobability sampling*. Variabel yang diuji dalam penelitian ini menggunakan variabel yang terdapat pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah mengalami perkembangan sehingga dalam penelitian ini menggunakan 14 variabel.

Hasil penelitian dengan teknik analisis yaitu analisis faktor mewujudkan dua faktor baru penggunaan layanan *mobile banking* yang dapat merepresentasikan 14 faktor awal yang diajukan, yaitu *Flexibility and Bank Image*, dan *Perceived Benefit*. Sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan, faktor *Flexibility and Bank Image* merupakan faktor dominan yang membuat masyarakat menggunakan layanan *mobile banking*.

Kata kunci: Analisis Faktor, *Mobile Banking*, *Flexibility And Bank Image*, *Perceived Benefit*.