

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi mendorong pihak perbankan untuk memberikan layanan berbasis internet dengan menghadirkan layanan *mobile banking*. Berbagai keuntungan layanan *mobile banking*, membuat pihak perbankan berlomba untuk memberikan layanan tersebut untuk kemudahan nasabahnya, salah satunya yaitu Bank Mandiri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to use* dan *satisfaction* nasabah dan pengaruhnya terhadap *actual usage mobile banking* mandiri di kota Bandung. Pada penelitian ini memiliki tujuh variabel yaitu: *service quality*, *information quality*, *system quality*, *trust*, *satisfaction*, *intention to use*, dan *actual usage*.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian konklusif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *mobile banking* di kota Bandung. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 302 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability* dengan pendekatan *convenience sampling*. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *structural equation modelling* (SEM) dengan bantuan *software Lisrel 8.7*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality*, *information quality*, *trust* dan *satisfaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*, sementara *system quality* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*. *Service quality*, *information quality*, *system quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *satisfaction*, sementara *trust* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *satisfaction*. *Satisfaction* dan *intention to use* memiliki pengaruh signifikan terhadap *actual usage*.

Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan penggunaan aktual *mobile banking* mandiri, sebaiknya pihak bank mandiri meningkatkan kinerja *call center* untuk menjawab permasalahan nasabah, memberikan informasi terbaru dan meningkatkan keamanan, sehingga nasabah tetap menggunakan aplikasi *mobile banking* mandiri.

Kata Kunci: *Mobile Banking*, *Actual Usage*, Model D&M dan SEM.