

ABSTRAK

Di Indonesia penggunaan *mobile banking* terus meningkat setiap tahun. Rata-rata pengguna *mobile banking* adalah generasi Y dan generasi Z. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia dan menyediakan layanan *mobile banking* namun minat nasabah untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* bri masih rendah. Minat dalam penggunaan dipengaruhi oleh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Dengan demikian penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hasil dari pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan *mobile banking* bri di Indonesia (studi kasus pada generasi Y dan generasi Z).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan penelitian deskriptif/kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. teknik analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa *perceived usefulness* pada aplikasi *mobile banking* bri termasuk kedalam kategori sangat baik, *perceived ease of use* pada aplikasi *mobile banking* bri termasuk kedalam kategori baik, minat penggunaan pada aplikasi *mobile banking* bri termasuk kedalam kategori sangat baik, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile banking* bri.

kata kunci: *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, minat penggunaan