

ABSTRAK

Saat ini dunia telah memasuki era industri 4.0, termasuk Indonesia. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan dari industri 4.0 adalah sektor keuangan terutama perbankan. Dengan adanya perkembangan ini para perusahaan perbankan membuat sebuah sistem layanan perbankan berbasis internet atau dikenal dengan istilah *mobile banking*. Salah satu bank yang menerapkan layanan *mobile banking* adalah Bank BTPN dengan aplikasi mereka Jenius yang diluncurkan pada 11 Agustus 2016, layanan ini memiliki beragam fitur yang menarik dan tampilan unik yang ditujukan kepada para milenial dengan menyediakan kemudahan serta kenyamanan untuk melakukan aktivitas transaksi perbankan secara digital. Meskipun Jenius menawarkan berbagai layanan yang beragam dan inovatif, namun Jenius memiliki jumlah pengguna yang lebih sedikit yaitu sebesar 2,4 juta pengguna, jika dibandingkan dengan layanan *mobile banking* lainnya seperti BRI Mobile yang memiliki 24 juta pengguna dan BCA Mobile yang memiliki 9 juta pengguna.

Pada penelitian ini akan dilakukan pengukuran untuk mengetahui bagaimana penerimaan teknologi *mobile banking* menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) berdasarkan konstruk *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude* dan *Intention to Use* dengan ekstensi tambahan *Social Image*, *Perceived Trust* dan *Perceived Risk* pada pengguna Jenius di Indonesia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling* dengan total 400 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang kemudian akan dianalisis dengan teknik *Structural Equation Model* (SEM) pada *Technology Acceptance Model*.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* dan variabel *Social Image* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Perceived Usefulness*. Selain itu, variabel *Perceived Usefulness* dan variabel *Attitude* tidak memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Intention to Use*. Selain itu, variabel *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Attitude*.

Saran bagi Jenius yang diberikan oleh penulis adalah dengan meningkatkan layanan yang dimiliki seperti tampilan, fitur dan kestabilan akses agar seseorang yang menggunakan Jenius dapat meningkatkan performa dan prestasi kerja mereka.

Kata Kunci: *Mobile Banking*, *Technology Acceptance Model*, SEM, Jenius, *Social Image*.