

ABSTRAK

Era digital 4.0 saat ini mendorong berbagai sektor usaha untuk melakukan transformasi digital salah satunya dilakukan oleh sektor perbankan yang mulai memanfaatkan teknologi smartphone dalam melakukan transaksi keuangan perbankan berbasis digital menggunakan aplikasi mobile banking. Namun penggunaan mobile banking pada nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk masih tergolong rendah sekitar 14% secara keseluruhan dengan persentase kantor perwakilan BNI wilayah Bandung yaitu sebesar 5,91% dari total pengguna mobile banking skala nasional dan berada pada posisi tiga terendah dari 14 wilayah lainnya di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi penggunaan Mobile Banking nasabah BNI wilayah Kota Bandung, Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model UTAUT-2 dengan perluasan model dengan menambahkan variabel Word of Mouth pada nasabah pengguna mobile Banking, yang mengkaji sejauhmana konstruksi PE, EE, SI, FC, HM, PV, Trust dan Word of Mouth (WOM) berpengaruh terhadap *Behavioural Intention* dan *Use Behavior* Mobile Banking BNI.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampling purposive menggunakan rumus slovin dengan jumlah responden 400 sampel. Data di analisis menggunakan Partial Least Square (PLS) dan Structural Equation Modelling (SEM) dengan tools pengolah data SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan PE berpengaruh positif terhadap BI, EE berpengaruh positif terhadap PE, PV berpengaruh positif terhadap BI, Trust berpengaruh positif terhadap PE dan BI dari mobile banking. Selanjutnya BI, FC dan WOM berpengaruh positif terhadap mobile banking UB. Sedangkan dari hasil pengujian hipotesis, SI tidak berpengaruh signifikan terhadap BI, EE tidak berpengaruh signifikan terhadap BI, dan HM juga tidak berpengaruh signifikan terhadap BI mobile banking. Pengaruh terhadap Behavioral Intention sebesar 56%, sedangkan pengaruh terhadap Use Behavior sebesar 70%. Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi BNI untuk fokus mengimplementasikan layanan mobile banking sebagai strategi utama dalam melakukan transformasi digital. Penelitian selanjutnya terkait penggunaan mobile banking di wilayah Bandung, dapat ditambahkan wilayah lain agar diketahui perbandingan masing-masing wilayah.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Mobile Banking, UTAUT-2, Trust dan WOM