

ABSTRAK

Perkembangan penggunaan *Mobile Banking* di Indonesia sejalan dengan perkembangan ekonomi di Indonesia. Pelanggan memiliki peluang yang lebih besar untuk memanfaatkan berbagai layanan informasi keuangan dan menerima pembaruan terbaru dari lembaga perbankan, salah satunya dengan menggunakan layanan *Mobile Banking*. Layanan *Mobile Banking* diberikan oleh bank dengan tujuan utama memberikan *Perceived Ease of Use* kepada nasabah dalam melakukan transaksi secara online. Pelayanan perbankan melalui internet tersebut berupa situs dari suatu bank yang menyediakan pelayanan perbankan langsung tanpa perlu datang ke bank yang bersangkutan.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan kuisioner sebagai sumber data dan *software* SPSS 27.0 sebagai teknik analisis data. Dalam penelitian ini menggunakan 100 responden yang merupakan masyarakat sebagai nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Riau Kepri Syariah di Provinsi Riau dengan teknik sampling, *Purposive Sampling*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, *Perceived Security*, *Perceived Privacy* dan *Technology Competency* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan Layanan *Mobile Banking* pada nasabah Bank Riau Kepri Syariah di Provinsi Riau. Artinya semakin baik nilai dari *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, *Perceived Security*, *Perceived Privacy* dan *Technology Competency* pada *Mobile Banking* maka akan semakin besar *Behavioral Intention* nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*.

Kata Kunci: *Mobile Banking*, Niat Penggunaan, Nasabah