

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi mendorong pihak perbankan untuk memberikan layanan *mobile banking* untuk kemudahan nasabahnya. Berbagai keuntungan layanan *mobile banking*, membuat institusi-institusi bekerjasama dengan pihak perbankan untuk menerapkan sistem pembayaran secara *online*, salah satunya yaitu Telkom University.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui anteseden niat perilaku nasabah dan pengaruhnya terhadap adopsi *mobile banking* di Telkom University, dengan menggunakan model UTAUT 2. Pada model UTAUT 2 ini memiliki delapan variabel yaitu: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *trust*, *behaviour intention* dan *adoption*.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian konklusif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *mobile banking* di Telkom University. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 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 8.8*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *effort expectancy*, *social influence* dan *hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behaviour intention*, sementara *performance expectancy* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behaviour intention*. *Effort expectancy* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *performance expectancy*. *Facilitating condition* dan *behaviour intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *adoption*.

Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan niat perilaku nasabah mengadopsi *mobile banking*, sebaiknya pihak bank menambahkan fitur-fitur terbaru untuk kemudahan bertransaksi, membuat tombol perintah yang mudah dimengerti, meningkatkan keamanan dan memberikan fasilitas *online chatting* pada aplikasi *mobile banking*, agar nasabah tetap konsisten menggunakan layanan tersebut.

Kata Kunci: *Mobile Banking*, *Behaviour Intention*, Adopsi, UTAUT2 dan SEM.