

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang hubungan antara Kepercayaan Nasabah dan Minat Penggunaan layanan Mobile Banking Bank Central Asia pada nasabah di Kota Surabaya yang dilatar belakangi oleh teknologi yang berkembang secara pesat terutama pada bidang perbankan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik penyebaran kuisioner atau angket yang dilakukan secara *online* melalui *google form*, dan mendapatkan responden sebanyak 57 responden. Dalam penelitian ini memuat 2 variabel yaitu variabel Kepercayaan Nasabah dan Minat Penggunaan, masing-masing variabel memiliki 4 indikator dalam analisisnya. Kepercayaan Nasabah memiliki total indeks rata-rata sebesar 81,6% dan Minat Penggunaan memiliki total indeks rata-rata sebesar 89% dimana hasil minat penggunaan para nasabah lebih tinggi dibandingkan dengan kepercayaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara Kepercayaan Nasabah dan Minat Penggunaan layanan *BCA Mobile*, karena hasil menunjukkan jika nasabah memiliki kepercayaan tinggi maka minat nasabah terhadap produk *mobile banking* juga tinggi dibandingkan dengan nasabah dengan kepercayaan yang rendah.

Kata kunci: Hubungan Kepercayaan, *Mobile Banking*, Minat Penggunaan, *BCA Mobile*

ABSTRACT

This study discusses the relationship between Customer Trust and Interest in the use of the Bank Central Asia's Mobile Banking Services to customers in the city of Surabaya against the background of rapidly developing technology, especially in the banking sector. This study uses descriptive quantitative research methods with questionnaires or questionnaires distributed online through google form, and got 57 respondents. In this study contains 2 variables, namely the variable of Customer Trust and Interest in Use, each variable has 4 indicators in its analysis. Trust Customers have an average total index of 81.6% and Usage Interests have an average total index of 89% where the results of customer interest in using are higher than trust. The results of this study indicate a relationship between Customer Trust and Interest in Using BCA Mobile Services, because the results show that if customers have high trust then customer interest in mobile banking products is also high compared to customers with low trust.

Keywords: Customer Knowledge, Mobile Banking, Interest in Product Use, BCA Mobile