

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh (1) variabel persepsi kemudahan dan (2) variabel persepsi kegunaan terhadap penggunaan (sikap menggunakan teknologi) *mobile banking*. Obyek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu generasi X dan generasi Y, karena generasi yang tumbuh bersama teknologi akan memiliki ekspektasi dan pengalaman berbeda terhadap pengguna media digital yang jauh berbeda dengan generasi sebelumnya. Pemilihan obyek tersebut bertujuan untuk menganalisis bagaimana persepsi dari kedua generasi tersebut dalam penggunaan *mobile banking*. Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan analisis regresi linier beranda. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui *google drive*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : persepsi kemudahan dan kegunaan pada generasi Y berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* baik secara parsial maupun simultan, akan tetapi pada generasi X persepsi kemudahan dan kegunaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Penggunaan *Mobile Banking*

ABSTRACT

The purpose of this research to analyse the influence (1) variable perceived ease of use and (2) variable perceived of usefulness to use mobile banking. Object that use in this research is generation X and generation Y, because generation that grow with technology will have different expectation and experience to use digital media that different from previous to generation. The object is choosen to analyse how perception both generation to use mobile banking. A method that use in this research is kauntitatif with using the approach description and multiple linier regretion. Data obtained from spread questionnaire thought google drive. The result of this research is perceived ease of use and perceived of usefulness to generation Y influence signifikan positive to use mobile banking both partially and simultaneously, but to generation X perceived ease of use and perceived of usefulness not influence to use mobile banking both partially and simultaneously .

Keyword : *Perceived Ease Of Use, Perceived Of Usefulness, Use Mobile Banking*