

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi dengan berkembangnya teknologi secara pesat, tak terkecuali perbankan, yang menuntut nasabah (dalam penelitian ini adalah nasabah generasi X bank BCA) untuk dapat mengikuti perkembangan tersebut. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel, yaitu variabel X (Pengetahuan Nasabah) dan variabel Y (Minat Penggunaan Produk). Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan kuesioner/angket yang dibagikan secara *online* melalui *google form*. Penelitian ini menggunakan uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas dan uji heteroskedastisitas) dan uji hipotesis (uji t) dengan menggunakan program SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan nasabah berpengaruh secara positif terhadap variabel minat penggunaan produk dengan signifikansi 0,000. Hal ini juga dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat pengetahuan nasabah generasi X, maka akan semakin tinggi pula minat penggunaan produk BCA *mobile*. BCA *mobile* merupakan salah satu dari beberapa layanan *electronic banking* yang dimiliki oleh bank BCA yang juga tingkat penggunaannya merupakan kedua terbanyak setelah *internet banking*.

Kata kunci: Tingkat Pengetahuan, Minat Penggunaan Produk, BCA *Mobile*.

ABSTRACT

This research is motivated by the rapid development of technology, including banking, which requires customers (in this study are Bank X generation X customers) to be able to follow these developments. In this study, researchers used two variables, namely variable X (Customer Knowledge) and Y variable (Interest in Product Use). Data collection techniques used by researchers are questionnaires / questionnaires that are distributed online via Google form. This research uses instrument tests (validity and reliability tests), classic assumption tests (normality tests and heteroscedasticity tests) and hypotheses tests (t tests) using the SPSS 25 program. Based on the results of the study it can be concluded that customer knowledge variables influence positively on the variable of interest in using the product with a significance of 0,000. It can also be concluded that the higher the level of knowledge of generation X customers, the higher the interest in using BCA mobile products. BCA mobile is one of the several electronic banking services owned by BCA banks, which is also the second highest level of usage after internet banking.

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