

ABSTRAK

NURULHIDAYAH, 2024. *Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan BNI Mobile Banking Pada BNI KK Antang.* Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Muryani Arsal dan Amelia Rezki Septiani Amin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan BNI Mobile Banking pada BNI KK Antang. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah BNI KK Antang. Jumlah sampel dalam penelitian ini ialah sebanyak 100 responden dan menggunakan metode purposive sample. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)* dengan menggunakan alat analisis data yaitu SmartPLS versi 4.1.0.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kegunaan (X1) berpengaruh terhadap Minat (Y) Demikian juga variabel Kemudahan (X2) berpengaruh terhadap Minat (Y). Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen perbankan untuk mempertahankan layanan Mobile Banking dan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah.

Kata Kunci : Kegunaan, Kemudahan, Minat, Mobile Banking.

ABSTRACT

NURULHIDAYAH, 2024. *The Influence of Usability and Convenience on Interest in Using BNI Mobile Banking Services at BNI KK Antang. Thesis for the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Muryani Arsal and Amelia Rezki Septiani Amin.*

This research aims to determine the influence of usability and convenience on interest in using BNI Mobile Banking services at BNI KK Antang. This research uses primary and secondary data by distributing questionnaires to BNI KK Antang customers. The number of samples in this research was 100 respondents and used a purposive sample method. The method used in this research is Partial Least Square (PLS) using a data analysis tool, namely SmartPLS version 4.1.0.0.

The research results show that the Usefulness variable (X1) influences Interest (Y). Likewise, the Convenience variable (X2) influences Interest (Y). The results of this research can be used by banking management to maintain Mobile Banking services and to improve services to customers.

Keywords: *Usefulness, Convenience, Interest, Mobile Banking.*