

ABSTRAK

Nurhalisa 2024. *Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Mobilitas Transaksi Keuangan Digital M-Banking di Universitas Muhammadiyah Makassar. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh : Faidul Adziem dan Wa Ode Rayyani.*

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemudahan dan kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, sampel pada penelitian ini diambil seluruh mahasiswa aktif akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner (data primer). Hasil penelitian dari data yang diolah menggunakan perhitungan statistik SPSS 26, Berdasarkan hasil output SPSS 26 secara parsial hasil penelitian menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* Sedangkan persepsi kegunaan persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Kata kunci : *Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Penggunaan Mobile Banking.*

ABSTRACT

Nurhalisa 2024. Accounting Students Perceptions Of The Mobility Of M-Banking Digital Financial Transactions At Muhammadiyah University Makassar. Department Of Accounting, Faculty Of Economics And Business, Muhammadiyah University Of Makassar. Supervised By: Faidul Adziem And Wa Ode Rayyani.

The purpose of this research aims to examine the effect of convenience and usability on the use of mobile banking among accounting students at Muhammadiyah University of Makassar. This research uses a quantitative descriptive method, the sample in this research was taken from all active accounting students at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. This research data was obtained from a questionnaire (primary data). The research results from data processed using SPSS26 statistical calculations. Based on the partial SPSS 26 output results, the research results found that perceived ease of use had a positive and significant effect on the use of mobile banking. Meanwhile, perceived usefulness had a positive and significant effect on the use of mobile banking.

Keywords: *Perception of Convenience, Perception of Usefulness and Use of Mobile Banking.*