

## ABSTRAK

Kemajuan teknologi membuat industri perbankan menginvestasikan modalnya dalam mengembangkan layanan yang diyakini dapat meningkatkan kemudahan dan kecepatan bertransaksi bagi nasabahnya, seperti layanan m-banking. Namun berdasarkan fenomena yang terjadi, persentase pengguna m-banking pada nasabah BNI KCP Juwana selama enam bulan terakhir tidak mengalami peningkatan yang signifikan dan masih jauh dari target yang ditetapkan bank yaitu minimal 60% dari total pelanggan. gap pada Technology Acceptance Model berupa hasil yang tidak konsisten pada penelitian-penelitian sebelumnya sehingga fenomena ini menarik untuk diteliti. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan m-banking dan keputusan penggunaan m-banking pada nasabah BNI KCP Juwana. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh 30.223 nasabah BNI KCP Juwana yang pernah menggunakan BNI m-banking. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 114 nasabah BNI KCP Juwana. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling. Berdasarkan penelitian, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan, persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, kegunaan yang dirasakan memiliki efek positif pada keputusan penggunaan dan sikap terhadap penggunaan memiliki efek positif pada keputusan penggunaan.

**Kata kunci:** persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, sikap penggunaan m-banking, keputusan penggunaan m-banking.