**ABSTRAK**

Wendy Dwiputra/24150042/2019/Mediasi *Attitude Toward Usage* dalam Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use* dan *Perceived Trust* terhadap *Behavioral intention* pada *Mobile Banking Bank Central Asia (BCA)*/Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Bank merupakan sarana intermediasi dalam hal keuangan dan berfungsi dalam menunjang kegiatan sistem pembayaran dalam ekonomi. *Bank Central Asia* (*BCA*) adalah salah satu bank yang meluncurkan aplikasi *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Namun di sisi lain aplikasi *mobile banking* belum digunakan secara merata. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Mediasi *Attitude Toward Usage* dalam Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Trust* terhadap *Behavioral Intention* pada *Mobile Banking Bank Central Asia* (*BCA*).

Teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived trust*, *attitude toward usage*, dan *behavioral intention*. Kemudian penelitian ini juga didukung oleh teori-teori mengenai hubungan *perceived usefulness* dengan *attitude toward usage*, hubungan *perceived ease of use* dengan *attitude toward usage*, hubungan *perceived trust* dengan *attitude toward usage*, hubungan *perceived usefulness* dengan *behavioral intention*, hubungan *perceived ease of use* dengan *behavioral intention*, hubungan *perceived trust* dengan *behavioral intention*, hubungan *attitude toward usage* dengan *behavioral intention*.

Objek penelitian ini adalah aplikasi *mobile banking Bank Central Asia* (*BCA*). Metode pengumpulan data di dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dengan kuesioner secara *online* dan untuk penarikan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Oleh sebab itu, kuesioner *online* disebarkan melalui media *Google Docs* sebanyak 125 responden yang menggunakan aplikasi *mobile banking Bank Central Asia* (*BCA*). Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah *Structural Equation Modelling* (Model Persamaan Struktural) dengan menggunakan WarpPls 5.0 dan SPSS 20.0.

Hasil yang dihasilkan menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward usage*, *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward usage*, *perceived trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward usage*, *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *behavioral intention*, *perceived ease of use* secara langsung berpengaruh terhadap *behavioral intention*, namun berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung, *perceived trust* secara langsung berpengaruh terhadap *behavioral intention*, namun berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung, *attitude toward usage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Simpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, kecuali *perceived ease of use* dan *perceived trust* terhadap *behavioral intention*, harus melalui *attitude toward usage*.

Kata Kunci: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Sikap dalam Penggunaan, Niat Penggunaan