

## ABSTRAK

Penelitian ini meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking*, variabel independent yang terdapat pada penelitian ini adalah *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Perceived Risk (PR)*, *Perceived Trust (PT)*, *Innovativeness (I)* dengan satu variabel dependen, *Intention to Use (ITU)* dan juga satu variabel moderasi, *Experience (EXP)*. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form kepada 98 responden, objek penelitian ini adalah pengguna yang berumur 17 tahun keatas dan berdomisili di Jabodetabek merupakan pengguna dari aplikasi mobile banking yang dimiliki BRI, BCA, Mandiri, BNI. hasil dari responden ini diolah dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Adapun untuk temuan dari penelitian ini adalah sebanyak 46% merupakan pengguna dari BCA Mobile, mayoritas dari responden sudah memiliki pengalaman menggunakan mobile banking diatas 3 Tahun (63%). Berdasarkan uji hypothesis, hanya variabel *Social Influence (SI)* dan *Perceived Trust (PT)* yang terbukti memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Intention to Use (ITU)*. Moderasi *experience (EXP)* tidak terbukti signifikan dan tidak berpengaruh kepada semua variabel independent.

Kata Kunci: Model UTAUT, Perceived Risk, Perceived Trust, Innovativeness, Mobile Banking