

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan keamanan terhadap keputusan nasabah menggunakan BSI *mobile banking* pada BSI KCP Indralaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Indralaya. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan Teknik *Nonprobability Sampling*, dengan cara sampling insidental yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 nasabah dihitung dengan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda dengan bantuan analisis program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dengan memiliki nilai sebesar  $2,316 > 1,984$  dengan nilai signifikansi  $0,023 < 0,005$ . Kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dengan memiliki nilai sebesar  $4,623 > 1,984$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dengan memiliki nilai sebesar  $3,048 > 1,984$  dengan nilai signifikansi  $0,003 < 0,005$ .

Kata kunci : **Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan**

## ABSTRACT

This research aims to determine the influence of convenience, usefulness and security on customers' decisions to use BSI mobile banking at BSI KCP Indralaya. This research uses quantitative methods. The population in the study were customers of Bank Syariah Indonesia KCP Indralaya. The sampling method in this research was carried out using the Non-Practical Sampling Technique, using the incidental sampling method, that is, anyone who happens to meet the researcher can be used as a sample. The sample in this research was 100 customers calculated using the Slovin formula. The data analysis technique used in this research is Multiple Linear Regression with the help of SPSS version 26 analysis program. The research results show that Convenience has a significant positive effect on customer decisions with a value of  $2.316 > 1.984$  with a significance value of  $0.023 < 0.005$ . Usefulness has a significant positive effect on customer decisions with a value of  $4.623 > 1.984$  with a significance value of  $0.000 < 0.005$ . Security has a significant positive effect on customer decisions with a value of  $3.048 > 1.984$  with a significance value of  $0.003 < 0.005$ .

Keywords: **Convenience, Usefulness, Security**