

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adanya pengaruh variabel kegunaan, kemudahan dan *word of mouth* terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk di Kota Jambi. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber jurnal, studi pustaka dan literarture lainnya. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan *Microsoft Excel* dan SPSS versi 29. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: Variabel Kegunaan, Kemudahan, dan *Word Of Mouth* secara parsial maupun simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di Kota Jambi.

Kata Kunci : Kegunaan, Kemudahan, *Word Of Mouth*, Minat Nasabah

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of usability, convenience and word of mouth variables on customer interest in using mobile banking at PT Bank Syariah Indonesia, Tbk in Jambi City. This research is research using a quantitative method approach. The types of data used in this research are primary data and secondary data. Primary data was obtained through distributing questionnaires, while secondary data was obtained from journal sources, literature studies and other literature. The data analysis method used was multiple linear regression analysis with the help of Microsoft Excel and SPSS version 29. The sample used in this research was 100 respondents using the purposive sampling method. Based on the research results and results of data analysis in this study, it can be concluded that: The variables Usefulness, Ease of Use, and Word of Mouth partially or simultaneously have a significant positive effect on Customer Interest in Using Mobile Banking at PT Bank Syariah Indonesia, Tbk in Jambi City.

Keywords: Usefulness, Ease of Use, Word Of Mouth, Customer Interest