

## ABSTRAK

Mobile banking merupakan layanan yang diberikan bank untuk membantu nasabah dalam kegiatan transaksi melalui telepon seluler. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan dalam minat bertransaksi khususnya dengan menggunakan mobile banking pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Lhokseumawe. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner *skala likert* serta SPSS versi 21 dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap minat bertransaksi menggunakan mobile banking.

**Kata Kunci: Pengetahuan, Kepercayaan, Kemudahan, Mobile banking**

## ***ABSTRACT***

Mobile banking is a service provided by banks to assist customers in transaction activities via cell phone. The aim of this research is to determine the extent of the influence of knowledge, trust and ease in interest in transactions, especially using mobile banking, on Islamic banking students at IAIN Lhokseumawe. This research method uses quantitative methods with data collection techniques using Likert scale questionnaires and SPSS version 21 with sampling techniques using saturated samples. The research results show that the variables of knowledge, trust and convenience have a partial or simultaneous effect on interest in making transactions using mobile banking.

**Keywords: Knowledge, Trust, Convenience, Mobile banking**

## خلاصة

الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول هي خدمة تقدمها البنوك لمساعدة العملاء في أنشطة المعاملات عبر الهاتف الخليوي. الهدف من هذا البحث هو تحديد مدى تأثير المعرفة والثقة وسهولة الاهتمام بالمعاملات، وخاصة استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، على طلاب الخدمات المصرفية الشرعية في معهد لو كسيوماوي الإسلامي الحكومي. يستخدم أسلوب البحث هذا الأساليب الكمية مع تقنيات الإصدار 21 مع تقنيات أخذ العينات باستخدام SPSS جمع البيانات باستخدام استبيانات مقياس ليكرت و العينات المشبعة. أظهرت نتائج البحث أن متغيرات المعرفة والثقة والراحة لها تأثير جزئي أو متزامن على الاهتمام بإجراء المعاملات باستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

**الكلمات المفتاحية: المعرفة، الثقة، الراحة، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول**