

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

NIAT PERILAKU TERHADAP PENGGUNAAN *INTERNET BANKING* DI INDONESIA

Ikmaliza
NPM: 1641270

ABSTRAK

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui adanya pengaruh *trust*, *perceived enjoyment*, *social influence*, *perceived risk*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use* (variabel independen) terhadap *behavioral intention* (variabel dependen). Saat ini perbankan telah memanfaatkan teknologi internet untuk melayani konsumen demi mencapai keunggulan kompetitif. Hal ini juga menjadikan bank lebih efisien. *Internet banking* adalah sebuah layanan yang menyediakan metode pengiriman uang yang berada di dalam akun bank yang kita miliki atau tabungan secara *online* yang dapat dilakukan kapan dan di mana saja.

Permasalahan yang sering terjadi pada saat konsumen akan menggunakan *internet banking* adalah risiko yang harus dihadapi, penggunaan yang dirasa kurang bermanfaat, kurangnya kepercayaan akan penggunaan *internet banking*, belum lagi pendapat atau pengaruh sosial yang memiliki dampak negatif. Atas dasar permasalahan, maka penelitian ini dilakukan untuk melihat sejauh mana variabel independen dapat mempengaruhi intensitas penggunaan *internet banking*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini dapat menunjukkan apa saja yang harus diperhatikan dalam menggunakan *internet banking*. Dengan memperhatikan aspek-aspek yang dapat mempengaruhi pengguna dalam menggunakan *internet banking*, pengguna dapat menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Pada tahap terbaiknya pengguna dapat merekomendasikan penggunaan *internet banking* kepada rekan atau kerabat dekat.

Kata Kunci: kepercayaan, kenyamanan yang dirasakan, pengaruh sosial, risiko yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, intensitas penggunaan *internet banking*.