

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan, Desain Website, Persepsi Kontrol Perilaku, Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Intensi Perilaku dalam menggunakan internet banking. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Bank khususnya bank BCA agar dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat dan mudah bagi para nasabahnya. Objek dari penelitian ini adalah para nasabah Bank BCA yang pernah dan ingin menggunakan kembali *internet banking*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara langsung dengan metode *accidental sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Design website berpengaruh signifikan terhadap persepsi resiko, Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi resiko, Design website berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention dan Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention.

Kata Kunci: Kepercayaan, Desain Website, Persepsi Kontrol Perilaku, Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Intensi Perilaku.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze and obtain evidence *on the influence of trust, design website, perceived behavioral control, perceived risk, perceived easy of use and behavioral intention of interest in using the internet banking*. The results of this study are expected to contribute to the Bank in particular BCA bank in order to provide a service that is faster and easier for its customers. The object of this study is the BCA Bank customers who use internet banking. Data used in this study are primary data, and data searching used questionnaires directly using accidental sampling.

The results showed that design website influence significantly to perceived risk, the trust no effect significant to perceived risk, design website influence significantly to perceived easy of use, perceived behavioral control no effect significant to perceived easy of use, perceived risk no effect significant to behavioral intention and perceived easy of use no effect significant to behavioral intention.

Keywords : Trust, Design Website, Perceived Behavioral Control, Perceived Risk, Perceived Easy Of Use and Behavioral Intention.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA