

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of product quality, internet system, and brand image towards interest the usage of internet banking. The population in this research is BNI branch of Daan Mogot and sample used 100 respondents. Sampling technique in this study is Non Probability Sampling using incidental sampling method, and data analysis with multiple linear regression. From the results of research indicate that interest in internet banking usage at PT. Bank Negara Indonesia which has the dimension of desire to use the system, suitability of needs, support of using it, recommend it to others, affected by product quality variables consisting of dimensions of product harmonious, product quality can compete, duration of product durability, product security quality, an Internet system service consisting of information presentation, Presentation & 2 Way Communication, Interaction with User, and Transaction Banking dimensions, and brand image variables with corporate image, product / consumer image, and user image dimensions.

Keywords: Product Quality, Internet System Services, Brand Image, Interest Usage, BNI branch of Daan Mogot



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, layanan system internet, dan citra merek terhadap minat penggunaan *internet banking*. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BNI cabang Daan Mogot dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* menggunakan metode *incidental sampling*, dan analisis data dengan regresi linier berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa minat penggunaan *internet banking* pada PT. Bank Negara Indonesia yang memiliki dimensi keinginan menggunakan sistem, kesesuaian akan kebutuhan, dukungan dalam menggunakannya, merekomendasikannya pada orang lain, dipengaruhi oleh variabel kualitas produk yang terdiri dari dimensi kesesuaian produk, kualitas produk dapat bersaing, jangka waktu ketahanan produk, kualitas keamanan produk, variable layanan sistem internet yang terdiri dari dimensi *information presentation*, *Presentation & 2 Way Communication*, *Interaction with User*, dan *Transaction Banking*, dan variabel citra merek dengan dimensi citra korporat, citra produk/konsumen, dan citra pemakai.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Layanan Sistem Internet, Citra Merek, Minat Penggunaan, BNI cabang Daan Mogot.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA