

ABSTRAK

Banyaknya risiko dalam transaksi melalui internet banking menyebabkan persepsi nasabah mengenai risiko keamanan internet banking lebih besar dari manfaatnya sehingga diduga membuat minat nasabah menurun. Penelitian ini didasarkan pada permasalahan mengenai kurangnya minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* sesuai dengan data dari Bank Negara Indonesia (Persero) Cabang Undip Semarang. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka diduga faktor yang mampu mempengaruhi minat masyarakat menggunakan *internet banking* adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kesesuaian, dan persepsi risiko dengan dimoderasi oleh teknologi informasi. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kesesuaian, dan persepsi risikoterhadap minat masyarakat menggunakan *internet banking* dengan dimoderasi oleh teknologi informasi.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Negara Indonesia (Persero) Cabang Undip Semarang. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang nasabah Bank Negara Indonesia (Persero) Cabang Undip Semarang dengan metode *accidental sampling*. Data rasio penelitian didapat dari penyebaran kuesioner. Analisis yang digunakan dalam uji hipotesis ini adalah analisis kuantitatif dengan metode statistik dengan menggunakan *moderated regression analysis*.

Hasil dari penelitian ini adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kesesuaian, dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan *internet banking*. Sedangkan teknologi informasi mampu memoderasi pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan internet banking. Teknologi informasi tidak memoderasi pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan internet banking.

Kata kunci: persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kesesuaian, persepsi risiko, minat menggunakan *internet banking*, teknologi informasi

ABSTRACT

The large number of risks in transactions through internet banking causes the customer's perception of internet banking security risks to be greater than the benefits so that it is expected to decrease customer interest. This research is based on problems regarding the lack of interest of customers in using internet banking in accordance with data from Bank Negara Indonesia (Persero) Undip Semarang Branch. Based on previous research, it is suspected that the factors that are able to influence public interest using internet banking are perceived ease, perceived benefit, conformity perception, and risk perception by being moderated by information technology. The purpose of this study was to analyze the influence of perceived convenience, perceived benefits, perceived conformity, and risk perceptions of people's interest in using internet banking by being moderated by information technology.

The population of this study are all customers of Bank Negara Indonesia (Persero) Undip Semarang Branch. This study uses a sample of 100 customers from Bank Negara Indonesia (Persero) Undip Semarang Branch with an accidental sampling method. Research ratio data obtained from questionnaires. The analysis used in this hypothesis test is quantitative analysis with statistical methods using moderated regression analysis.

The results of this study are perceptions of convenience, perceived benefits, perceptions of conformity, and perceptions of risk have a positive effect on public interest using internet banking While information technology is able to moderate the influence of perceived benefits and perceived risk of interest in using internet banking. Information technology does not moderate the influence of perceptions of convenience and perceptions of conformity with interest in using internet banking.

Keywords: perceived ease, perceived benefit, perceived suitability, perceived risk, interest in using internet banking, information technology.