

ABSTRAK

Perkembangan sistem berbasis teknologi khususnya yang berkaitan dengan internet berpengaruh terhadap perusahaan termasuk perbankan untuk berinteraksi dengan nasabah. Elektronik perbankan berubah dari hari ke hari sesuai dengan kebutuhan baik bagi pihak bank maupun dari konsumen. *Internet banking* telah menjadi salah satu *self-service* yang memungkinkan bank untuk memberikan layanan informasi dan menawarkan kepada nasabah dengan kenyamanan lebih melalui kecanggihan teknologi.

Keberhasilan *internet banking* tergantung dari bagaimana nasabah menerima sistem tersebut. Oleh karena itu, penting bagi pihak bank untuk mengetahui bagaimana cara konsumennya mengapresiasi jasa *internet banking* agar dapat membantu menemukan rencana strategis dan meningkatkan pangsa pasar. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan para nasabah menggunakan jasa *internet banking*.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pengguna *internet banking* Indonesia dengan sampel sebanyak 385 orang dengan metode *nonprobability sampling purposive*. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Faktor Eksploratori.

Hasil penelitian dan analisa yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan *internet banking* yaitu *Performance Expectancy*, *Trust* dan *Social Influence*. Faktor-faktor yang baru terbentuk tersebut mengalami perubahan variabel dengan adanya penambahan atau pengurangan jumlah variabel yang berasal dari faktor yang berbeda.

Penyedia layanan *internet banking* perlu meningkatkan kualitas pelayanan kepada para nasabahnya. Peningkatan pelayanan ini dapat dilakukan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *internet banking* diantaranya *Performance Expectancy*, *Trust* dan *Social Influence* agar nasabah menjadi lebih percaya dan merasa nyaman dengan layanan *internet banking* di Indonesia.

Kata kunci: *Internet Banking*, *Performance Expectancy*, *Facilitating Conditions*, *Trust*