

**PENGARUH PERSEPSI ATRIBUT PERBANKAN
TERHADAP ADOPSI INTERNET BANKING
(Studi Pada Mahasiswa Di Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Yogyakarta)**

LISNA FITRI ALVIYAH

NIM : 141110149

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta

Lisna_fa@yahoo.co.id

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif persepsi atribut inovasi perbankan terhadap adopsi internet banking. Variabel persepsi atribut inovasi perbankan diukur dari beberapa indikator, yaitu persepsi kemudahan, persepsi rendahnya risiko, persepsi kesesuaian, persepsi manfaat. Variabel adopsi internet banking diukur dari beberapa indikator, yaitu kesadaran nasabah terhadap kehadiran internet banking, minat nasabah untuk mencari informasi tentang internet banking, penilaian nasabah terhadap internet banking, percobaan yang dilakukan untuk mengetahui manfaat dan kegunaan internet banking, pengadopsian layanan internet banking. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. Unit analisis penelitian adalah Mahasiswa di Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 95 responden. Metode analisis yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah Regresi Berganda. Hasil penelitian ini: adanya pengaruh signifikan antara persepsi atribut inovasi perbankan secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap adopsi internet banking. Hasil penelitian ini: adanya pengaruh positif signifikan antara persepsi kemudahan, persepsi rendahnya risiko, persepsi kesesuaian, persepsi manfaat terhadap adopsi internet banking.

Kata kunci : Persepsi Atribut Inovasi Perbankan , Adopsi Internet Banking.