

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Bank sebagai penyedia layanan *internet banking* agar dapat meningkatkan pelayanan bagi para nasabahnya.

Objek dari penelitian ini adalah nasabah Bank di Yogyakarta yang pernah dan ingin menggunakan *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 persepsi manfaat, persepsi keamanan dan privasi, komunikasi dan kualitas informasi berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. Sedangkan kemudahan penggunaan tidak terbukti berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*.

Kata Kunci : persepsi manfaat, persepsi keamanan dan privasi, komunikasi, kualitas informasi, kemudahan penggunaan dan penggunaan *internet banking*.