

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Konvensional di Kabupaten Bulungan untuk menggunakan *Internet Banking*. Subjek dalam penelitian ini adalah Nasabah Perbankan Konvensional yang berada di Kabupaten Bulungan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 137 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Alat analisis yang digunakan untuk mengolah data adalah Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan bahwa Risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat nasabah untuk menggunakan *Internet Banking*. Sedangkan Variabel Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan mempengaruhi Minat nasabah secara positif dan signifikan. Secara simultan, Variabel Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko mempengaruhi Minat Nasabah untuk menggunakan *Internet Banking* secara positif dan signifikan.

Kata Kunci : *Internet Banking*, Minat, Kepercayaan, Persepsi, Kemudahan, Risiko.

ABSTRACT

This research aims to analyzing factors that affect the interest of Conventional Banking customers in Bulungan regency to use Internet Banking. The subjects of this research consist of conventional banking customers in Bulungan regency. The variables of this research consist of Interest, Trust, Perception of ease and Perception of Risk. The samples consist of 137 respondents that selected by using Purposive Sampling methode. The analysis instrument of this research is multiple linear regression.

Based on the analysis, Perception of risk doesn't significantly affect the interest of coventional banking customers to use Internet Banking. Trust and Perception of ease affect the interest of conventional banking customers to use Internet Banking. Simultaneously, Trust, Perception of ease and perception of risk affect the Interest of conventional banking customers to use internet banking.

Key Words: Internet Banking, Interest, Trust, Perception, Ease, Risk.