ABSTRAK

Pada era digital ini penggunaan internet sudah menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Penggunaan internet ini berfungsi untuk mempermudah aktivitas masyarakat dalam melakukan sesuatu, salah satunya adalah kegiatan perbankan. Dengan adanya internet, tersedia kegiatan perbankan berbasis internet yang salah satunya dinamakan *internet* banking. Berdasarkan tingkat penggunaan internet di indonesia yang semakin hari semakin tinggi, tingkat penggunaan layanan *internet banking*-pun akan selalu meningkat. Dengan tersedianya layanan *internet banking*, dapat mempermudah kegiatan perbankan untuk para nasabahnya. Sehingga kegiatan perbankan yang dulunya dilakukan secara manual, sekarang sudah didigitalisasi dan dilakukan melalui *smartphone* dari masing-masing nasabah. Namun, para nasabah tidak hanya menggunakan layanan *internet banking* begitu saja tanpa mempertimbangkan beberapa hal. Seperti yang terjadi pada Bank Mandiri pada tahun 2017. Telah terjadi masalah berupa *system corrupt* dimana nasabah mengalami kehilangan dalam saldo rekeningnya. Sehingga mengalami penurunan jumlah transaksi *internet banking*.

Penelitian ini meneliti pengaruh persepsi nasabah atas risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan pada penggunaan *Internet Banking* Bank Mandiri di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada Bank Mandiri dalam rangka peningkatan program layanan *internet banking* yang lebih aman, reliabel, bermanfaat, dan mudah bagi nasabahnya. Objek penelitian ini adalah nasabah Bank di Mandiri di Indonesia yang sudah menggunakan internet banking setidaknya dari tahun 2016. Sampel diambil dengan metode purposive sampling. Terdapat 100 sampel data yang menjadi objek yang akan diteliti. Hasil penelitian yang telah diuji menggunakan regresi linear menunjukan dalam uji simultan terdapat pengaruh dari persepsi risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*. Secara parsial hasil penelitian menunjukan persepsi manfaat, dan kemudahan penggunaan mempengaruhi penggunaan *internet banking*. Sedangkan persepsi risiko dan kepercayaan tidak memperngaruhi penggunaan *internet banking.*

Kata Kunci: Persepsi risiko, kepercayaan, manfaat, kemudahan penggunaan, dan penggunaan internet banking