

ABSTRAK

Kenaikan jumlah penetrasi pengguna internet di Indonesia tersebut berdampak pada cara nasabah melakukan transaksi perbankan. Transaksi perbankan sebelumnya banyak dilakukan melalui kantor konvensional. Seiring dengan perkembangan teknologi dan pertumbuhan penetrasi pengguna Internet di Indonesia, layanan perbankan berbasis digital seperti *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *SMS Banking* lebih banyak dipilih oleh nasabah. Jika menggunakan layanan perbankan digital, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan seperti transfer, pengecekan saldo, dan mutasi rekening pada saat kapanpun dan dimanapun cukup dengan mengakses layanannya melalui *web* atau aplikasi yang dimiliki oleh nasabah. Dengan melihat pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia serta melihat fenomena yang masih sedikitnya jumlah transaksi dari pengguna *internet banking* BNI. Penelitian ini menggunakan TAM (*Technology Accepted Model*) dan menggunakan variabel *service quality*, dan *internet banking use*.

Tujuan penelitian ini untuk mengukur pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *internet banking use*, *perceived usefulness* terhadap *internet banking use*, *service quality* terhadap *perceived ease of use*, *service quality* terhadap *perceived usefulness* pada internet banking BNI.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pengumpulan data pada nasabah bank BNI di kota Bandung dengan jumlah responden 367. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan tipe *convenience sampling*. Penelitian ini menggunakan SEM serta menggunakan skala ordinal dengan 29 pertanyaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *perceived ease of use* terhadap *internet banking use*, *perceived usefulness* terhadap *internet banking use*, *service quality* terhadap *perceived usefulness* tidak berpengaruh positif dan signifikan. Hanya variabel *service quality* terhadap *perceived ease of use* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci: *TAM*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *service quality*, *internet banking use*.