

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi peralihan layanan *offline* kepada layanan *online* (*internet banking*) terhadap nasabah Bank di Jawa Barat. Terdapat sembilan konstruk yang disusun dari model *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi sebuah model struktural untuk menjelaskan peralihan layanan *offline* kepada layanan *online* (*internet banking*), yaitu *perceived of usefulness*, *perceived ease of use*, *offline trust*, *offline loyalty*, *switching cost*, *attitude toward switching*, *behavioral intention to switch* dan dua variabel moderator *computer self-efficacy* dan *perceived risk*. Proses pengumpulan data menggunakan metode *purposive sampling* secara acak dengan mengambil sampel semua nasabah perbankan baik *user* maupun *non user internet banking* di Jawa Barat yang memiliki rekening pada objek penelitian ini, yaitu Bank BNI, Bank BRI, Bank BCA dan Bank Mandiri. Dari 300 kuisisioner yang disebarkan, 283 kuisisioner yang kembali dan 270 kuisisioner yang dapat dianalisis karena memiliki jawaban lengkap. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *partial least square* (PLS) dengan menggunakan program SmartPLS 2.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis secara keseluruhan diterima kecuali dua hubungan hipotesis antara *switching cost* dengan *attitude toward switching* dan hubungan moderator antara *computer self-efficacy* dengan *attitude toward switching* terhadap *behavioral intention to switch*. Analisis manajemen dan saran bagi bank sebagai penyedia layanan *internet banking* juga dibahas pada akhir penelitian ini.

Kata kunci : *Internet Banking*, *Technology Acceptante Model* (TAM), Kepercayaan, Persepsi Risiko