

ABSTRAK

Bank Negara Indonesia atau BNI didirikan pada tanggal 5 Juli 1946, PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk atau BNI menjadi bank pertama milik negara yang lahir setelah kemerdekaan Indonesia. Lahir pada masa perjuangan kemerdekaan Republik Indonesia, BNI sempat berfungsi sebagai bank sentral dan bank umum sebagaimana tertuang dalam Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2/1946, sebelum akhirnya beroperasi sebagai bank komersial sejak tahun 1955. Uang Republik Indonesia atau ORI sebagai alat pembayaran resmi pertama yang dikeluarkan Pemerintah Indonesia pada tanggal 30 Oktober 1946 dicetak dan diedarkan oleh Bank Negara Indonesia.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* terhadap variabel *behavioral intention* pada pengguna layanan BNI *internet banking*.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan pada pengguna layanan BNI *internet banking* wilayah DKI Jakarta dengan total 255 responden. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan tipe *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (SEM) serta menggunakan skala *ordinal* dengan 13 butir pertanyaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *behavioral intention* memiliki hubungan positif terhadap variabel *performance expectancy* dan variabel *social influence* tetapi memiliki hubungan negatif terhadap variabel *effort expectancy*.

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk dalam rangka pencapaian peningkatan minat pengguna layanan BNI *internet banking*.

Kata Kunci: UTAUT, SEM, *Performance expectancy*, *Social influence*, *Behavioral Intention*