

	No. Alumni Universitas	<b>QISTHINA ANIRA</b>	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/tgl lahir: Bandar Lampung / 21 Februari 1994 b) Nama Orang Tua: Anil Yunar dan Ira Yuliarti c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. Bp: 1211322015 f) Tanggal Lulus: 26 April 2016 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,36 i) Lama Studi: 3 tahun 9 bulan j) Alamat Orang Tua: Perum Bonai Indah Blok B.1 Kelurahan Koto Tangah, Kecamatan Payakumbuh Barat, Payakumbuh.		

**Pengaruh *Credibility*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention* pada Penggunaan *Internet Banking* di Bank Negara Indonesia (BNI) cabang Payakumbuh**

*Skripsi oleh Qisthina Anira*  
**Pembimbing 1 : Asmi Abbas, SE., MM.**  
**Pembimbing 2 : Agestayani, S.E., MM.**

**ABSTRAK**

*Internet banking* sedang gencar dikembangkan oleh perusahaan-perusahaan perbankan di Indonesia, namun tidak semua perusahaan mampu mengintegrasikan dengan baik strategi penerapan *internet banking* tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui 1) pengaruh *credibility* terhadap *intention*, 2) pengaruh *credibility* terhadap *perceived usefulness*, 3) pengaruh *credibility* terhadap *perceived ease of use*, 4) pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention*, dan 5) pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention*. Jenis penelitian *explanatory research* dengan metode penelitiannya *survey explanatory* dan penelitian *kuantitatif*. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah bank BNI cabang Payakumbuh yang pernah menggunakan *Internet Banking* maupun yang pernah mendengar informasi tentang *Internet Banking*. Ukuran sampel adalah 85 responden, teknik pengambilan sampel adalah *convenience sampling*. Data primer didapatkan dengan menyebarkan 85 kuesioner kepada responden. Analisis data dengan statistik deskriptif dan SEM (*Structural Equation Model*) dan diolah menggunakan software SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa adanya pengaruh positif *credibility* terhadap *intention*, *credibility* terhadap *perceived usefulness*, *credibility* terhadap *perceived ease of use*, dan *perceived ease of use* terhadap *intention*. Selain itu ditemukan juga bahwa adanya pengaruh negatif yaitu *perceived usefulness* terhadap *intention*. Namun dalam penelitian ini ditemukan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara signifikan tidak mempengaruhi *intention*, sedangkan *credibility* secara signifikan mempengaruhi *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *intention* nasabah menggunakan *internet banking* di BNI cabang Payakumbuh. Implikasi penelitian ini, bank BNI harus terus meningkatkan *value* dari pelayanan *internet banking* dan mengurangi resiko yang muncul.

**Kata Kunci :** *credibility*, *intention*, *internet banking*, *perceived ease of use*, dan *perceived usefulness*.

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 26 April 2016.

Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama Terang	Asmi Abbas, SE., MM.	Agestayani, SE., MM	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM	Erizal N, SE., MM

Mengetahui

Koordinator  
Kampus II Payakumbuh

**Lukman, SE., MSi**  
**NIP. 196411231993031003**

\_\_\_\_\_  
**Tanda Tangan**

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus

	Fakultas/Universitas	
Nomor Alumni Fakultas:	Nama:	Tanda Tangan:
Nomor Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: