

**Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use* dan *Consumer Innovativeness* Terhadap *Intention Consumer* Dalam Penggunaan *Internet Banking* Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang**

## **TESIS**

*Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam  
Mencapai derajat sarjana srata -2 Magister Manajemen*



**Pradiktyo Iandra Rishen**

**BP 1320522098**

**FALKUTAS EKONOMI  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2018**

**Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use* dan *Consumer Innovativeness* Terhadap *Intention Consumer* Dalam Penggunaan *Internet Banking* Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang**

## **TESIS**

*Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam  
Mencapai derajat sarjana srata -2 Magister Manajemen*



**Pradiktyo Iandra Rishen  
BP 1320522098**

**Pembimbing :**  
**Dr. Syafrizal, SE, ME**

**FALKUTAS EKONOMI  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2018**

**Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan Consumer Innovativeness Terhadap Intention Consumer Dalam Penggunaan Internet Banking Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang**  
**Tesis oleh Pradiktyo Iandra Rishen**

**ABSTRAK**

Studi dalam penelitian ini mengenai analisis Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Consumer Innovativeness Terhadap Intention Consumer Dalam Penggunaan Internet Banking Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah : Bagaimana pengaruh perceived usefulness terhadap intention Consumer dalam penggunaan internet banking pada nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang (2)Bagaimana pengaruh perceived ease of use terhadap intention dalam penggunaan internet banking pada nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang (3) Bagaimana pengaruh Consumer Innovativeness terhadap intention dalam penggunaan internet banking pada nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang? Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis ini untuk memperkuat argumentasi dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan yang akan diuraikan dalam analisis kuantitatif, dilakukan berdasarkan pada yang dikumpulkan dari daftar pertanyaan (kusioner) yang telah diajukan dan diisi oleh pegawai. Kemudian data ini dianalisis secara statistik dengan menggunakan aplikasi SPSS 16 for windows untuk pengujian hipotesis penelitian ini, meliputi analisis regresi berganda (*Multiple Regression*). Hasil analisis deskriptif menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Perceived Usefulness terhadap intention Consumer, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Perceived Ease

Of Use terhadap intention Consumer terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dan Consumer Innovativeness terhadap intention Consumer terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara. Berdasarkan pengujian statistik dari tiga variabel penelitian, disimpulkan bahwa Perceived Ease Of Use merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap intention Consumer

Kata Kunci : Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Consumer Innovativeness Intention Consumer



**Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use and Consumer Innovativeness Against Intention Consumer In Use Of Internet Banking On Bank Nagari Customers Branch Office Padang.**

**BY : PRADIKTYO IANDRA RISHEN**

**ABSTRACT**

The study in this study on the analysis of the influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Consumer Innovativeness Against Intention Consumer In The Use Of Internet Banking On Bank Nagari Customers Branch Office Padang). The issues raised in this research are: How is the influence of perceived usefulness towards the intention of Consumer in the use of internet banking at Bank Nagari customer of Padang branch office (2) How is the influence of perceived ease of use towards intention in internet banking usage at Bank Nagari customer of Padang branch office (3 ) How does Consumer Innovativeness impact on the intention of using internet banking to Bank Nagari customers of Padang branch offices? In this research using descriptif analyse. This analysis for give deep arguement and implemented hypotesis that describe in quantitatif analyse, based on questioner list has been filled by employee. Then those data is analysed by statistic with using SPSS 16 application for windows to testing this research hypotesis with cover Multiple Regression analyse.The result of descriptive analysis shows that there is a positive and significant influence between Perceived Usefulness toward Consumer intention, there is a positive and significant influence between Perceived Ease Of Use against Consumer intention there is a positive and significant influence and Consumer Innovativeness towards Consumer intention

there is a positive and significant influence between . Based on the statistical test of three research variables, it is concluded that Perceived Ease Of Use is the most influential variable to Consumer intention

**KeyWord:** Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Consumer Innovativeness Intention Consumer

