

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT ADOPTI *INTERNET BANKING BANK SYARIAH DI INDONESIA*

PIKI WULANDARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel yang mempengaruhi niat adopsi *Internet Banking* Bank Syariah. Penelitian ini juga menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti yaitu manfaat yang dirasakan, kepercayaan yang dirasakan, biaya administrasi yang dirasakan, kepercayaan diri yang dirasakan dan norma-norma sosial, niat adopsi *internet banking* bank syariah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Sampel dalam penelitian ini adalah 143 responden. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas data. Metode statistik dengan menggunakan analisis SPSS. Hasil pengujian mengindikasikan bahwa dari lima variabel yang diuji ada tiga hipotesis yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu manfaat yang dirasakan, kepercayaan diri yang dirasakan dan norma-norma sosial berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi *internet banking* bank syariah.

Dalam penelitian ini, keterbatasan dan implikasi penelitian juga dijelaskan untuk memberikan arahan dalam aspek praktik dan teoritis.

Kata kunci : *perceived usefulness, perceived credibility, perceived financial cost, perceived self-expressiveness, behavioural intention to use.*

ABSTRACT

THE ANALYSIS FACTORS OF AFFECTING THE INTENTION TO ADOPTION INTERNET BANKING OF ISLAMIC BANK IN INDONESIA

PIKI WULANDARI

The purpose of this study was determined the variables that influence the adoption of internet banking islamic bank. The study also describes the relationship between the studied variables determine the effect perceived usefulness, perceived credibility, perceived financial cost, perceived self-expressiveness, and social norms, behavioural intention to use.

Survey method is chosen for data collection. The samples in this study were 143 respondent. Validity and reliability to ensure data quality. Method used SPSS application. The test results indicate that of thr five hypotheses were tested three hypothese have significant dependence variables. Perceived usefulness, perceived self-expressiveness and social norms have significant to the intention to use internet banking islamic bank.

In this study, limitations and implications of the study are also describe to provide guidance on the practical aspects and theoretical.

Key Word : *perceived usefulness, perceived credibility, perceived financial cost, perceived self-expressiveness, social norms, behavioural intention to use*