

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh nilai pelanggan dan kualitas sistem terhadap trust dalam meningkatkan penggunaan frekuensi internet banking. Alasan penelitian ini dilakukan karena adanya beberapa kasus kecurangan dengan media *electronic banking* mengakibatkan menurunnya kepercayaan (*trust*) nasabah dalam penggunaan *electronic banking*. Hal ini memberi dampak kepada bank yaitu akan berakibat membesarnya biaya operasional untuk memperbanyak fasilitas yang bersifat tradisional dan pembuangan biaya untuk investasi sistem *electronic banking* yang pada akhirnya tidak digunakan.

Sampel penelitian ini adalah nasabah bank BCA, sejumlah 180 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu. Yang dimaksud karakteristik tertentu yaitu hanya nasabah BCA yang memiliki sekurang-kurangnya satu produk yang terkoneksi dengan fasilitas *electronic banking* dan menggunakan fasilitas *electronic banking* dalam transaksi non dan finansial selama > 6 bulan. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai pelanggan dan kualitas sistem berpengaruh terhadap trust dalam meningkatkan penggunaan frekuensi internet banking. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap trust; kualitas system berpengaruh signifikan terhadap trust; trust berpengaruh signifikan terhadap penggunaan frekuensi internet banking.

Kata Kunci : nilai pelanggan, kualitas sistem, trust, dan penggunaan frekuensi internet banking