

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap nasabah terhadap minat menggunakan internet banking pada nasabah bank Mandiri di Kuningan, Jawa Barat. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah Persepsi Kemudahan (sebagai variabel independen), Persepsi Manfaat (sebagai variabel independen), Sikap terhadap Produk (sebagai variabel mediasi) dan Minat Menggunakan (sebagai variabel dependen).

Pada penelitian ini dipilih teknik random sampling, dimana teknik ini bertujuan secara subyektif. Sampel pada penelitian ini adalah Nasabah Bank Mandiri di Kuningan, Jawa Barat, dengan jumlah sampel 112 orang, dimana respondennya adalah Nasabah Bank Mandiri. *Structural Equation Model* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS 21.0, digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*.

Hasil analisis SEM memenuhi kriteria *Goodness of Fit Index*, yaitu sebagai berikut : nilai *Chi-square* = 158.739 ; *Significance probability* = 0,05; *RMSEA* = 0,075; *CMIN/DF* = 1.620; *TLI* = 0,945; *CFI* = 0,963; *GFI* = 0,854 dan *AGFI* = 0.797. Berdasarkan hasil analisis data terlihat bahwa sebagian besar dari hipotesis dapat diterima, maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memenuhi kriteria kelayakan sebuah model untuk digunakan.

Kata Kunci: Sikap terhadap produk, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, Minat Menggunakan, *Internet Banking*