

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah perbankan terhadap penerimaan *Internet Banking Adoption*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap instansi perbankan agar dapat meningkatkan kredibilitas dan terus meningkatkan pelayanan lebih baik lagi bagi nasabah yang menggunakan layanan *internet banking*, serta memberikan keamanan yang bertingkat dan memperbaharui sistem jaringan *internet banking* secara berkala agar tidak mudah di bajak oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab.

Sampel diambil dengan metode *cluster sampling*, yaitu berdasarkan domisili nasabah perbankan di lima kecamatan, di kota Surakarta. Sampel penelitian berjumlah 165 responden. Metode pengujian dilakukan dengan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan *SPSS for Windows* Versi 19.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, dan Kemampuan Individu Mengoperasikan Komputer memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penerimaan *Internet Banking Adoption*. Sedangkan Persepsi Resiko memberikan pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap penerimaan *Internet Banking Adoption*. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel bebas yang lebih beragam dalam memprediksi pengaruhnya terhadap variabel terikat agar diperoleh hasil yang lebih spesifik.

Kata kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Resiko, Kemampuan Individu Mengoperasikan Komputer, *Internet Banking Adoption*