

ABSTRAK

BCA merupakan *market leader* internet banking di Indonesia dengan layanan klikBCA. Saat ini, jumlah pengguna klikBCA tercatat terus bertambah baik dari pengguna klikBCA individu maupun klikBCA bisnis. Sampai dengan tahun 2009, total pengguna klikBCA meningkat menjadi 1,7 juta nasabah dari 1,2 juta nasabah di tahun 2008. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah BCA untuk menggunakan KlikBCA.

Data yang digunakan adalah data primer yang berupa kuesioner yang disebar ke nasabah BCA yang menggunakan KlikBCA di wilayah Semarang sebanyak 97 responden. Variabel-variabel penelitian yang digunakan yaitu: variabel independen berupa kemudahan penggunaan (*ease fo use*), kenyamanan (*convenience*), kepercayaan (*trust*), dan ketersediaan fitur (*feature avaiability*), sedangkan variabel dependen yaitu minat untuk menggunakan (*intention to use*). Alat analisis yang digunakan adalah SPSS v.17.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut: kemudahan penggunaan (*ease of use*) tidak berpengaruh signifikan positif terhadap minat untuk menggunakan (*intention to use*), sedangkan kenyamanan (*convenience*), kepercayaan (*trust*), dan ketersediaan fitur (*feature avaiability*) masing-masing berpengaruh signifikan positif terhadap minat untuk menggunakan (*intention to use*).

Kata kunci: Klik BCA, kemudahan penggunaan, kenyamanan, Kepercayaan, dan ketersediaan Fitur.