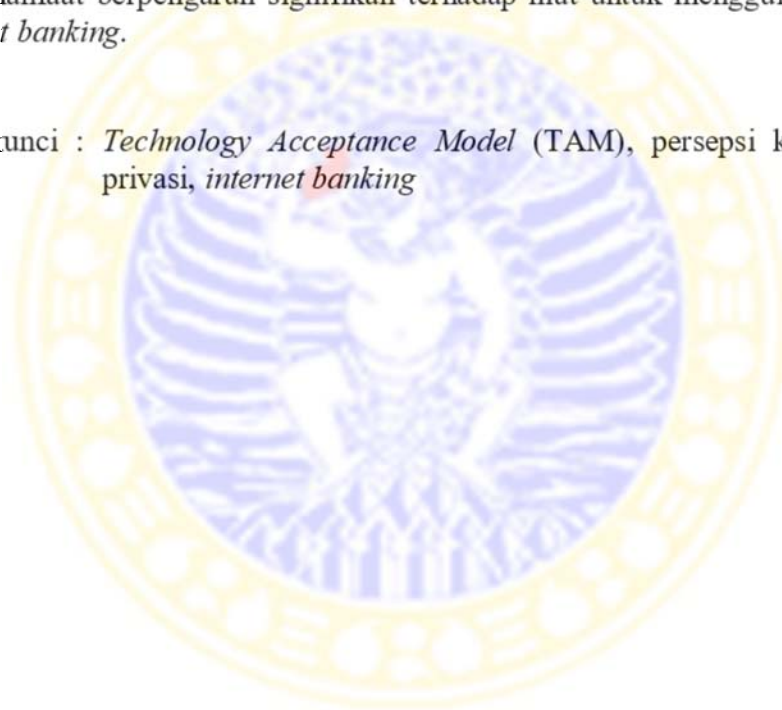


ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai dasar teori untuk menguji persepsi kemudahan penggunaan, serta persepsi manfaat yang disertai dengan sebuah variabel eksternal yaitu persepsi keamanan dan privasi dalam mempengaruhi niat nasabah untuk menggunakan kembali *internet banking*.

Populasi penelitian ini adalah nasabah BCA Surabaya yang sudah pernah menggunakan *internet banking* BCA. Metode penelitian ini adalah *purposive sampling* dan *accidental sampling* dengan teknik analisis jalur. Terdapat 200 responden yang secara umum menyatakan bahwa keamanan dan privasi berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan kembali *internet banking*. Hasil dari penelitian juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan serta manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan kembali *internet banking*.

Kata kunci : *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi keamanan dan privasi, *internet banking*



ABSTRACT

This research used Technology Acceptance Model (TAM) as a basic theory to explain the impact of perceived ease of use and perceived usefulness which followed by an external variable namely perceived security and privacy on customer's intention to repurchase internet banking.

Population of this research are BCA Surabaya costumers that have used BCA's internet banking. Method of this research are purposive sampling and accidental sampling with path analysis technique. The 200 responses have generally agreed that security and privacy significantly impact on intention to repurchase internet banking. The result of the research also explains that perceived ease of use and perceived usefulness significantly impact on intention to repurchase internet banking.

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), perceived security and privacy, internet banking.

