

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis apakah persepsi manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking* dimasa pandemi covid19 khususnya untuk nasabah BCA di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang belum pernah menggunakan fasilitas layanan mobile banking. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknis analisis yang digunakan adalah uji statistik melalui uji regresi berganda, uji t_{test} , uji f_{test} , dan koefisien determinasi (R^2). Sebelum uji statistik dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji instrument penelitian yang berupa uji reliabilitas, uji validitas, dan uji asumsi klasik berupa uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan alat IMB SPSS 17. Hasil analisis menunjukkan variabel persepsi manfaat secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *internet banking*, variabel kepercayaan secara statistik tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *internet banking*, variabel kemudahan penggunaan secara statistik tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *internet banking*. kemudian uji f_{test} menunjukkan variabel independen yaitu persepsi manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama mempengaruhi minat menggunakan *internet banking*.

Kata Kunci : persepsi manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan menggunakan *internet banking*.