ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh kepercayaan e banking; terhadap kemudahan produk on line dalam meningkatkan minat bertransaksi on line melalui mediasi reputasi sistem. Masalah penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan minat bertransaksi on line?

Sampel penelitian ini adalah nasabah BNI Rembang, sejumlah 100 responden. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data, Hasil analisis menunjukkan bahwa kepercayaan e banking berpengaruh positif terhadap kemudahan produk on line dalam meningkatkan minat bertransaksi on line melalui mediasi reputasi sistem.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa kepercayaan e banking berpengaruh positif terhadap kemudahan produk on line; kepercayaan e banking berpengaruh positif terhadap reputasi sistem; kemudahan produk on line berpengaruh positif terhadap reputasi sistem; dan kemudahan produk on line berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi on line. Manajemen BNI perlu menjaga kepercayaan nasabah dengan selalu menawarkan produk yang apa adanya tidak berlebihan namun sesuai dengan kebutuhan nasabah, perlu mengkomukasikan cara penggunaan on line dengan jelas kepada nasabah agar intensitas transaksi yang dilakukan tidak mengalami kendala, perlu meningkatkan sistem keamanan pada penggunaan electronic e banking, dengan pin yang kerahasaiaannya tetap terjaga dan perlu mengeksplorasi produk on line yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabahnya.

Kata Kunci: kepercayaan e banking; kemudahan produk on line; minat bertransaksi on line; dan reputasi sistem

FEB UNDIP