

## ABSTRAK

### ANALISIS PENGARUH MATRA KEPERCAYAAN TERHADAP PARTISIPASI PELANGGAN *E-BANKING* DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

FENIANCE WISSAN

*Internet banking (e-banking)* sebagai salah satu saluran distribusi bagi bank yang memberikan beberapa kelebihan dibandingkan dengan saluran distribusi lainnya. Melalui *e-banking* dapat dibangun hubungan yang lebih baik dengan para nasabah, memperoleh peluang untuk mendapatkan calon nasabah sebanyak mungkin, dan mendapat keuntungan yang maksimal. Internet dapat menjadi saluran distribusi dan pemasaran bank yang diarahkan untuk mendekatkan hubungan antara bank dengan nasabah dan calon nasabah, memperkenalkan jasa pelayanan, menciptakan *image* yang baik serta membangun loyalitas nasabah terhadap bank melalui partisipasi pelanggan terhadap layanan *e-banking* ini.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi partisipasi pelanggan *e-banking*, antara lain : faktor kemampuan, kebaikan hati, integritas, dan kepercayaan. Tesis ini merupakan hasil penelitian mengenai permasalahan tersebut, yaitu tentang bagaimana pengaruh masing-masing faktor kemampuan, kebaikan hati, integritas, dan kepercayaan terhadap partisipasi pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung.

Adapun hipotesis yang diajukan adalah diduga faktor kemampuan, kebaikan hati, integritas, dan kepercayaan baik secara masing-masing maupun bersama-sama, mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan Analisis SEM (Structural Equation Model) dan diperoleh hasil sebagai berikut :

- Variabel yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap variabel kepercayaan (*trust*) adalah variabel integritas (*integrity*), yaitu sebesar 0,518.
- Variabel yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap variabel partisipasi (*participation*) adalah variabel kepercayaan (*trust*), yaitu sebesar 0,562.
- Dari ketujuh hipotesis yang diajukan, ada tiga hipotesis yang terbukti secara signifikan, yaitu Hipotesis ketiga, keempat, dan ketujuh. Yang menyatakan bahwa integritas berpengaruh positif terhadap kepercayaan, kepercayaan berpengaruh positif terhadap tingkat partisipasi, dan integritas berpengaruh positif terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-banking* di Bandar Lampung.