



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS SYIAH KUALA**  
**UPT. PERPUSTAKAAN**

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111  
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: [helpdesk.lib@unsyiah.ac.id](mailto:helpdesk.lib@unsyiah.ac.id)

---

## ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

### TITLE

PENGARUH KOMITMEN PRIVASI DAN KEPERCAYAAN AKAN TEKNOLOGI TERHADAP NILAI YANG DIRASAKAN NASABAH DIMODERASIKAN OLEH INFORMASI PRIVASI PADA INTERNET BANKING (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK BCA DI BANDA ACEH)

### ABSTRACT

#### ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah informasi privasi memoderasi pengaruh antara komitmen privasi dan kepercayaan akan teknologi terhadap nilai yang dirasakan nasabah. Dengan menggunakan metode non probability sampling, terdapat 120 responden yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini yaitu nasabah Bank BCA yang menggunakan internet banking.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian. Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Komitmen privasi berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan nasabah (2) Kepercayaan akan teknologi berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan nasabah (3) Informasi privasi memoderasi komitmen privasi berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan nasabah Bank BCA Cabang Banda Aceh (4) Informasi privasi memoderasi kepercayaan akan teknologi berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan nasabah Bank BCA Cabang Banda Aceh.

Kata Kunci: nilai yang dirasakan, komitmen privasi, kepercayaan akan teknologi, informasi privasi

#### ABSTRACT

The aim of this research was to determine whether information privacy moderating influence between privacy commitment and



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS SYIAH KUALA**  
**UPT. PERPUSTAKAAN**

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111  
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: [helpdesk.lib@unsyiah.ac.id](mailto:helpdesk.lib@unsyiah.ac.id)

---

belief in the technology to the customer perceived value. By using non-probability sampling, there were 120 respondents were used as a sample in this research that BCA Bank customers who use Internet banking.

Data used in this study are primary data. Techniques of data collection is done by distributing questionnaires to sample. Moderated Regression Analysis (MRA) was used to test the hypothesis in this study.

The results showed that (1) Commitment to privacy significantly have effect on the perceived value of customers (2) Belief in the technology significant have effect on the perceived value of customers (3) Information Privacy moderate the commitment privacy significantly have effect on customers' perceived value of Bank BCA Branch Banda Aceh (4) Information technology privacy moderate confidence will significantly have effect on the perceived value of customers of Bank BCA Branch of Banda Aceh.

Keywords: perceived value, commitment to privacy, trust in technology, information privacy