

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti mengenai pengaruh persepsi pengguna atas kegunaan, kualitas dan kemudahan penggunaan *Internet Financial Reporting* (IFR) pada intensi penggunaan IFR untuk pembuatan keputusan investasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perusahaan di Indonesia agar dapat menyajikan IFR secara lebih baik terutama dalam hal kegunaan, kualitas dan kemudahan penggunaan bagi penggunanya, terutama investor untuk tujuan pengambilan keputusan investasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang didapat dari 80 investor di Yogyakarta sebagai responden menggunakan kuesioner dengan metode *convenience sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna atas kegunaan, dan kemudahan penggunaan IFR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi penggunaan IFR untuk pembuatan keputusan investasi, sedangkan persepsi pengguna atas kualitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intensi penggunaan IFR untuk pembuatan keputusan investasi.

Kata kunci : Persepsi Pengguna, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kualitas, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pelaporan Keuangan melalui Internet, dan *Technology Acceptance Model*.

ABSTRACT

This study aims to analyze and obtain evidence of the effect of user's perceived usefulness, perceived quality, and perceived ease of use of internet financial reporting (IFR) on their intention to use IFR for investment decision making. The results of this study are expected to contribute to Indonesian listed company in general in order to provide better IFR in terms of usability, quality, and ease of use for their users, particularly investors for investment decision making purposes. Data used in this study is a primary data, collected from 80 investors in Yogyakarta as the respondents using questionnaire with convenience sampling as the sampling method. The result of this study indicates that perceived usefulness and perceived ease of use of IFR significantly influence the intention to use IFR for investment decision making, while perceived quality has no effect to the intention to use IFR for investment decision making.

Keyword : User's Perception, Perceived Usefulness, Perceived Quality, Perceived Ease of Use, Internet Financial Reporting, and Technology Acceptance Model.