

## ABSTRAK

Pertumbuhan dalam penggunaan *internet banking* yang ada di masa depan akan semakin menggeser kegiatan perbankan tradisional, yang memiliki banyak kelemahan, seperti konsumsi waktu atau interaksi pribadi. *Internet banking* sendiri ternyata belum terlalu diminati oleh para nasabah bank di Indonesia. Nasabah telah menunjukkan keengganan untuk menggunakan layanan *internet banking* karena kekhawatiran tentang risiko serta keterampilan menggunakan internet dari nasabah memang tidak diperlukan akan tetapi dengan adanya *internet banking* hal tersebut yang menjadi faktor penting dalam penggunaan *internet banking*.

Pemahaman faktor-faktor terhadap kecenderungan nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking* dikembangkan dalam sebuah model konseptual yang menggabungkan modifikasi UTAUT (*unified theory of acceptance and use technology*) model dan persepsi risiko dengan mengadopsi model teoritis C.Martins et al., (2014) dan keterampilan internet sebagai faktor tambahan yang menjelaskan niat perilaku dan penggunaan terhadap *internet banking*.

Penelitian ini menggunakan metode analisis SEM (Structural Equation Modeling) program AMOS 20.0 untuk menguji kausalitas dalam model yang telah diusulkan. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah bank di Indonesia yang belum menggunakan layanan *internet banking*. Teknik sampling menggunakan *non probability sampling – kuota sampling*. Dari kuesioner yang disebar diperoleh 315 kuesioner yang valid melalui survei *offline* dan *online*.

Berdasarkan hasil penelitian model keseluruhan, menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel *perceived risks*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *behavioral intention*, *usage behavior*, dan *internet skill*. Sedangkan evaluasi variabel multidimensional persepsi risiko mengkonfirmasi bahwa faktor tersebut dapat dijelaskan oleh tujuh sub konstruk.

Dalam penelitian ini minat perilaku dipengaruhi langsung oleh harapan usaha (*Effort Expectancy*) dan harapan kinerja (*Performance Expectancy*). Selanjutnya keterampilan internet (*Internet Skill*) memiliki pengaruh yang paling besar kedua terhadap harapan kinerja (*Performance Expectancy*). Bagi perusahaan perbankan untuk menciptakan strategi yang berbeda dalam memperkenalkan *internet banking*, menginformasikan kepada nasabah bagaimana manfaat fungsional *internet banking*. Serta Bank perlu menciptakan daya tarik penggunaan layanan *internet banking* dengan fitur-fitur yang transaksi finansial terbaru yang saat ini dibutuhkan nasabah.

Kata kunci : *Internet Banking; Unified Theory of Acceptance and Use of Technology; second order factor perceived risks; keterampilan internet*