

ABSTRAK

Tingginya jumlah pengguna *internet* di Indonesia tidak diikuti dengan jumlah pengguna layanan *internet banking*. Sebuah survey yang dilakukan di lima kota besar di Indonesia menyebutkan bahwa 34,7% responden mengetahui tentang layanan *internet banking*, namun hanya 8,1% yang merupakan pengguna layanan *internet banking*. Besarnya *gap* antara tingkat kesadaran dengan penggunaan layanan *internet banking* di Indonesia dapat dipengaruhi oleh kultur budaya dari adopsi teknologi di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh model UTAUT modifikasi yang dimoderasi oleh dimensi budaya Hofstede yang diadopsi oleh Baptista & Oliveira (2015) terhadap penggunaan *internet banking*. Proses pengumpulan data menggunakan metode *quota sampling* yaitu nasabah bank di Indonesia yang belum menggunakan layanan *internet banking* yang tersebar di tersebar di masing-masing wilayah penelitian yaitu: 1)Pulau Jawa, Bali, NTT-NTB, 2)Pulau Sumatera, dan 3)Wilayah Indonesia Timur (Sulawesi, Kalimantan, Maluku dan Papua) dengan proporsi 70% untuk wilayah ibukota provinsi dan 30% untuk wilayah diluar ibukota provinsi. Penyebaran kuesioner melalui *online* dan *offline* dengan total 1299 kuesioner kembali dan sebanyak 900 kuesioner diolah karena memenuhi syarat.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square (PLS) variance based* dengan program Warp PLS untuk menguji prediksi dalam model yang sudah diusulkan. Studi ini menemukan bahwa *effort expectancy*, *performance expectancy* dan *social influence* secara signifikan mempengaruhi *behavioral intention* yang dapat meningkatkan niat penggunaan *internet banking*. Pada penelitian ini, variabel moderator *masculinity /feminity* berpengaruh memoderasi terhadap *behavioral intention* kepada *usage behavior*.

Kata Kunci : *Internet Banking*, UTAUT, Dimensi Budaya Hofstede, *Partial Least Square (PLS)*, *Warp PLS*.