

ABSTRAK

Dengan perkembangan teknologi saat ini, perbankan di dunia terus berkembang begitu juga di Indonesia. Salah satunya bank saat ini telah menyediakan layanan *Internet banking* yang dapat memudahkan para nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan dimanapun dan kapanpun hanya dengan cara mengakses melalui website *internet banking*. Namun pada kenyataannya, para nasabah masih banyak yang belum menggunakan *Internet banking*, dan lebih memilih pergi ke kantor cabang atau mesin ATM terdekat untuk melakukan transaksi perbankan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat masyarakat pedesaan yang memiliki rekening dalam mengadopsi layanan *internet banking* dengan menggabungkan model yang telah dikemukakan oleh Giri & Pratama (2016) yang menggunakan model *Unified Theory of Acceptance Use of Technology* (UTAUT) Modifikasi, dengan Giri & Putra (2016) yang menambahkan Budaya (*Culture*) sebagai moderator.

Responden pada penelitian ini sebanyak 525 dengan menyebarkannya secara *offline* dan *online* di tiga provinsi yaitu Sumatera Utara, Sumatera Barat, dan Jambi. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu *quota sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *covariance based SEM* dengan *software* WarpPLS 4.0 menggunakan uji *outer model* dan *inner model*.

Hasil pengolahan data dalam penelitian ini menunjukkan hubungan signifikan antar variabel-variabel yaitu *internet skill*, *prior experience*, *website quality*, *trust*, *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *behavioral intention*, dan *usage behavior*. Sedangkan untuk variabel moderatornya, *uncertainty avoidance* berpengaruh memoderasi terhadap *effort expectancy* kepada *behavioral intention* dan *power distance* berpengaruh memoderasi terhadap *social influence* kepada *behavioral intention*.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, *Trust* (T) atau kepercayaan memiliki pengaruh paling besar terhadap minat nasabah pedesaan (*rural*) untuk menggunakan layanan *internet banking* di Sumatera. Maka untuk meningkatkan minat nasabah dalam mengadopsi layanan *internet banking*, pihak bank diharapkan untuk mengedukasi nasabahnya agar percaya terhadap keamanan dan kemudahan dalam menggunakan layanan *internet banking* karena semakin tinggi kepercayaan individu terhadap layanan *internet banking* maka akan semakin tinggi pula minat individu untuk menggunakan layanan *internet banking*.

Kata Kunci: *Internet Banking*, *UTAUT Modifikasi*, *Budaya Hofstede*, *rural*, *Warp PLS 4.0*.