

ABSTRAK

Pengguna *mobile banking* masih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah populasi nasabah, jika dilihat dari jumlah pengguna internet di Indonesia dan perangkat yang digunakan lebih banyak adalah *smartphone* seharusnya perkembangan *mobile banking* bisa lebih besar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk lebih memahami resistensi inovasi dengan membagi non-pengguna *mobile banking* ke dalam 3 kelompok berdasarkan keniatan menggunakan inovasi. Setelah itu diidentifikasi perbedaan resistensi diantara kelompok tersebut

Penelitian ini mengidentifikasi 3 kelompok non-pengguna *mobile banking* yaitu *postponers*, *opponents*, *rejectors*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara online melalui *google forms* dan menyebarkan langsung ke non-pengguna layanan *mobile banking*. Pengolahan data dilakukan menggunakan *software* SPSS 23 menggunakan metode analisis diskriminan. Dari kuisioner yang disebar diperoleh 410 responden yang terdiri dari 144 responden *postponers*, 171 responden *opponents* dan 95 responden *rejectors*.

Dari hasil penelitian ini variabel yang paling membedakan antara ketiga grup adalah variabel *Value Barrier*, *Image Barrier*, dan *Risk Barrier*. Untuk mengatasi hal ini, pihak bank harus memberikan pendekatan strategi yang berbeda sesuai kebutuhan *postponers*, *opponents* dan *rejectors*. Pihak bank harus mendekati para non-pengguna melalui komunikasi tatap muka dan metode edukasi mengenai nilai-nilai positif menggunakan *mobile banking*, mendemonstrasikan kemudahan kenyamanan, dan meningkatkan kualitas dalam keamanan *mobile banking* dan pihak bank harus bisa mengembalikan citra buruk terhadap resiko yang mungkin dialami dalam penggunaan *mobile banking*.

Kata Kunci: Diskriminan, Resistensi Konsumen, *Postponers*, *Opponents*, *Rejectors*.