

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, *market place* baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut *internet*, telah mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu; interaksi bisnis, ekonomi, sosial, dan budaya. *Internet* telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan/industri maupun pemerintah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan perilaku *online* dalam menggunakan *internet banking* dengan mengadopsi model UTAUT yang diusulkan oleh Kholoud Ibrahim (2009) dengan mengukur variabel *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *internet skill*, *prior experience*, *website quality*, *trust* dan *internet banking usage*. Proses pengumpulan data menggunakan metode *purposive sampling* secara acak dengan mengambil sampel di Bandung. Penyebaran kuesioner melalui *online* dan *offline*, dari 300 kuesioner yang disebar, 299 kuesioner kembali dan sebanyak 280 kuesioner diolah karena memiliki jawaban yang lengkap.

Penelitian ini menggunakan metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan program SmartPLS 3.0 untuk menguji kausalitas dalam model yang sudah diusulkan. Studi ini menemukan bahwa *performance expectancy* memediasi hubungan *effort expectancy* dan *social influence* dalam menggunakan *internet banking*. *Prior experience* merupakan penentu kuat yang mempengaruhi *website quality*, yang dapat meningkatkan *usage behavior* menggunakan *internet banking*. Penelitian ini menunjukkan pengaruh *usage behavior* dari pengaruh faktor *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *trust*.

Berdasarkan hasil penelitian, maka untuk meningkatkan pengguna *internet banking* sebaiknya pihak bank perlu membuat strategi mereka agar lebih menarik masyarakat ataupun nasabah untuk menggunakan *internet banking*. Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *prior experience*, *internet skill* dan *website quality* merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya.

Kata kunci: *Internet Skill*, *Internet Banking*, Kepercayaan, UTAUT, *Partial Least Square* (PLS).

