

ABSTRAK

Ada beberapa alasan yang mendasari ketertarikan bank-bank untuk menerapkan sistem informasi Internet Banking. Salah satunya adalah pihak bank menyadari bahwa pertumbuhan pengguna internet di Indonesia berlangsung sangat pesat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antar konstruk yang secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan *internet banking* dengan mengadopsi model UTAUT yang diusulkan oleh Bankole *et al.*, (2011). Teknik sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *convenience sampling*, dimana sampel diambil dengan cara mengumpulkan informasi dari anggota populasi yang dengan senang hati bersedia memberikannya. Siapa saja nasabah bank Mandiri, BCA, BRI, dan BNI di Kota Bandung Raya dan Medan yang menggunakan *internet banking* dapat menjadi responden pada penelitian ini dengan membagikan kuesioner yang harus diisi nasabah yang menggunakan *internet banking*. Sebanyak 305 kuesioner di olah dari dua kota, yaitu Bandung dan Medan. Penelitian ini menggunakan metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan program SmartPLS 2.0 untuk menguji kausalitas dalam model yang sudah diusulkan. Studi ini menemukan bahwa *Masculinity* merupakan penentu kuat yang mempengaruhi *Utility Expectancy*. *Uncertainty avoidance* merupakan penentu yang kuat untuk mempengaruhi *trust and privacy*. *User satisfaction* ditemukan berpengaruh kuat terhadap *effort expectancy* dan *utility expectancy*. Serta *Utility expectancy* paling berpengaruh terhadap *Behavioural Intention*.

Kata Kunci: *Culture*, *Internet Banking*, UTAUT, Kota Bandung dan Medan, PLS