

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna Internet di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat pada tahun 2017. Banyak pengguna internet tidak menggunakan internet banking dan beberapa masih enggan melakukan transaksi keuangan melalui internet banking. Jumlah pengguna e-banking di Indonesia meningkat dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016 disebabkan perubahan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan teknologi. *Electronic banking* menjadi objek penelitian ini untuk melihat bagaimana perilaku penerimaan nasabah bank di Indonesia terhadap *electronic banking*.

Penelitian ini melakukan analisis penilaian konsumen terhadap variable *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, dan *Behavioral Intention*. Penelitian ini juga mengevaluasi variable moderasi *Age*, *Gender*, *Experience*, dan *Education* dalam hubungannya terhadap variabel eksogen dengan variable endogen. Metode penelitian ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)* dengan kuesioner terhadap 141 responden pengguna *electronic banking*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 2.0.

Berdasarkan hasil pengolahan data, pengaruh variable *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Habit* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Variabel *Price Value* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Pengaruh variable *Hedonic Motivation* dan *Habit* terhadap *Behavioral Intention* dipengaruhi oleh variable moderasi *Age*. Sedangkan variabel *Gender*, *Experience*, dan *Education* terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan variable eksogen dengan endogen.

Untuk meningkatkan niat penggunaan konsumen terhadap *electronic banking* sebaiknya mengutamakan faktor *Habit* yaitu menjadikan penggunaan layanan *electronic banking* menjadi suatu kebiasaan bagi konsumen serta pada faktor-faktor lainnya seperti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*.

Kata Kunci: *Electronic Banking*, *Behavioral Intention*, UTAUT2, *Technology Acceptance*