

# A structural equation modeling analysis of the factors affect customer adaptation to internet banking on Indonesia = Analisis pemodelan persamaan struktural dari faktor-faktor mempengaruhi adaptasi nasabah ke internet banking pada Indonesia

Jareena Nasreen, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20492079&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Walaupun Internet Banking sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari bagi banyak orang, masih ada konsumen yang tidak terjamah oleh jasa ini, sementara yang lainnya hanya menggunakan jasa ini untuk periode yang pendek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan beradaptasi pelanggan terhadap Internet Banking. Variabel-variabel yang diduga memiliki hubungan signifikan dengan "Customer Adaptation to Internet Banking" adalah "Importance of Internet Banking Needs", "Compatibility", "Convenience", "Communication", dan "Benefits of Internet Banking". Dengan menerapkan metode Structural Equation Modeling (SEM) pada sampel sejumlah 215 pengguna Internet Banking, penelitian ini menunjukkan bahwa "Benefits of Internet Banking" memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap "Importance of Internet Banking Needs", namun tidak memiliki pengaruh pada "Customer Adaptation to Internet Banking". Sementara itu, "Compatibility" tidak memiliki pengaruh pada "Customer Adaptation to Internet Banking", sedangkan, "Convenience" dan "Communication" terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap "Customer Adaptation to Internet Banking" di Indonesia. Hasil dari penelitian ini penting bagi manajer perbankan, di mana mereka dapat memberikan penekanan pada kedua variabel ini pada strategi pemasaran perusahaan.

.....Although Internet Banking has become the norm in everyday life of many people, there are some who are excluded from the services, while some others only use the services for relatively short period. This paper aims to analyze factors that affect customers' adaptation to using Internet Banking among local banks customers in Indonesia. The variables hypothesised to influence adaptation to using Internet Banking are the "Importance of Internet Banking Needs", "Compatibility", "Convenience", "Communication", and "Benefits of Internet Banking". Using Structural Equation Modelling (SEM) on a sample of 215 Internet Banking customers, we found that "Benefits of Internet Banking" has a significant positive influence on "Importance of Internet Banking Needs" which, however, does not have an influence on customer adaptation. Similarly, "Compatibility" has no influence on customer adaptation. On the other hand, "Convenience", and "Communication" are proven to have significant and positive influences on "Customer Adaptation to Internet Banking" in Indonesia. The results of this study is important for bank managers, as they are expected to emphasise these two variables in their marketing strategy.