

ABSTRAK

Bank mengembangkan layanan inovasi perbankan *internet banking* seiring dengan kemajuan teknologi yang bermanfaat bagi nasabah, namun dengan manfaatnya yang besar tersebut tingkat penggunaan *internet banking* masih sedikit dibandingkan *awareness* terhadap inovasi ini. Fenomena ini disebut dengan resistansi konsumen terhadap inovasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kelompok nasabah yang *aware* namun belum menggunakan *internet banking* menggunakan pendekatan teori resistansi konsumen terhadap inovasi di Indonesia serta membuat profil dari setiap kelompok yang terbentuk.

Penelitian ini menggunakan analisis *twostep cluster* dengan variabel segmentasi demografis, perilaku konsumen serta resistansi konsumen terhadap inovasi yang mana analisis ini dapat digunakan mengelompokkan serta membuat profil nasabah yang belum menggunakan *internet banking* di Indonesia karena bisa mengolah dua jenis variabel yaitu variabel kategori dan kontinu. Pengolahan data dilakukan dengan software SPSS 17 dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar secara online untuk menjangkau nasabah di seluruh Indonesia.

Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa nasabah bank non pengguna *internet banking* di Indonesia terdiri dari tiga kelompok yaitu kelompok pertama adalah nasabah yang mengetahui teknologi *internet banking* namun masih belum menggunakannya yang disebut *Postponer*, lalu kelompok kedua nasabah yang ingin menggunakan *internet banking* namun masih belum mengetahui kapan menggunakannya karena masih menimbang risiko dari penggunaan yang disebut dengan *opponent*, dan kelompok ketiga nasabah yang memiliki pandangan negatif terhadap *internet banking* karena kurang bisa beradaptasi terhadap teknologi baru yang disebut dengan *Rejector*.

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberi pandangan terhadap industri perbankan akan pendekatan kepada tiap kelompok nasabah.

Kata Kunci: Resistensi konsumen terhadap inovasi; *Internet banking*; *twostep cluster*