

RINGKASAN PENELITIAN  
HIBAH BERSAING

**Bidang Ilmu:**  
Sosial-Ekonomi



*MODEL INTENTION TO USE DAN INTENTION TO LOYALTY  
TERHADAP ADOPTSI E-BANKING DI ERA E-SERVICE*

Oleh:

Edy Purwo Saputro, SE, MSi

Drs. Daryono Soebagyo, MEc

Dibiayai oleh DP2M, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi  
Kementerian Pendidikan Nasional  
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah Penelitian  
Nomer: 121/SP2H/PL/Dit-Litabmas/IV/2011  
Tertanggal 14 April 2011

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2011

MODEL *INTENTION TO USE* DAN *INTENTION TO LOYALTY*  
TERHADAP ADOPSI *E-BANKING* DI ERA *E-SERVICE*

Oleh:

Edy Purwo Saputro dan Daryono Soebagyo  
Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Sektor perbankan adalah salah satu jasa yang berkepentingan dengan aspek ekspektasi konsumen dan komitmen penyediaan layanan yang terbaik. Oleh karena itu, riset yang terfokus kualitas jasa perbankan menjadi sangat menarik dikaji. Selain itu, riset kualitas *e-banking* menjadi salah satu fokus perhatian bagi banyak peneliti dan manajer di era *e-service* dan realitas teknologi berbasis layanan mandiri atau *self-service technologies* (SSTs). Riset tentang adopsi *e-banking* sebagai salah satu saluran distribusi dan layanan perbankan di era *e-service* tidak hanya dilakukan di negara industri - maju tetapi juga di negara berkembang. Kasus di negara industri – maju lebih terfokus pada loyalitas, tetapi untuk di negara berkembang lebih terfokus pada niat adopsi.

Adopsi *e-banking* di era *e-service* sebagai implementasi SSTs menuntut kualitas jasa yang mengandalkan peran konsumen secara aktif. *E-banking* sebagai saluran distribusi di era *e-service* banyak mendapat perhatian di berbagai riset. *E-banking* di era *e-service* sangat berpengaruh terhadap transformasi layanan perbankan yang tradisional. Adopsi *e-banking* tidak secara langsung menggantikan layanan perbankan tradisional, terutama aspek interaksi humanis untuk jangka panjang.

Kasus adopsi *e-banking* menunjukkan perkembangan layanan kepada konsumen saat ini mengalami pergeseran sangat dramatis, mulai dari cara tradisional ke era *e-service* yang didukung kemajuan teknologi informasi - sistem informasi. Layanan berbasis elektronik yang kemudian disebut *e-service* pada dasarnya adalah upaya korporasi untuk dapat memberikan layanan yang terbaik bagi konsumen dan proses ini sangat didukung oleh keberadaan internet yang terkoneksi tanpa batas dan realitas ini membenarkan tentang pergeseran dari “*servicescape*” menuju “*cyberscape*”.

Keberagaman model pendekatan riset adopsi *e-banking* mengindikasikan bahwa riset keperilakuan cenderung terus berkembang. Selain itu, keberagaman model penelitian adopsi *e-banking*, termasuk *setting* amatan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa penelitian adopsi *e-banking* sangatlah menarik sehingga berbagai kesimpulan, implikasi dan keterbatasan dari berbagai penelitian memberikan peluang untuk dapat melakukan penelitian lanjutan sesuai *setting* amatan yang berbeda dan sekaligus menjadi keunikan penelitian dibanding yang lain.

Orientasi tahun pertama penelitian yaitu identifikasi dan pemetaan adopsi *e-banking* dan orientasi kedua yaitu eksplorasi dan eksploitasi potensi untuk membangun *intention to use* terhadap adopsi *e-banking* sebagai upaya menumbuhkembangkan kemandirian nasabah perbankan, termasuk juga pengembangan semua potensi yang terkait dengan pemberdayaan nasabah menuju "*smart customer*".

Mengacu keberagaman dari model pendekatan penelitian terkait adopsi *e-banking* maka keterbatasan hasil pemetaan ini adalah jumlah jurnal yang dibahas yaitu 50 buah. Meski dari keterbatasan jumlah jurnal internasional ini dapat direduksi dengan keberagaman model pendekatan dan keberagaman kasus di berbagai negara, tetapi implikasi terhadap generalisasi hasil masih belum cukup memuaskan. Meskipun demikian, jumlah jurnal ini cukup representatif untuk menentukan model pendekatan dalam membangun *setting* amatan sesuai penelitian ini, termasuk membangun kuesioner.

Dari pemahaman diatas dan mengacu keterbatasan terkait jumlah jurnal empiris yang menjadi rujukan dalam pemetaan, maka saran untuk penelitian ini mendatang yaitu bisa menambah jurnal empiris yang dikaji, terutama untuk lebih memperkaya temuan model dan pendekatan serta metode penelitian yang dipakai.

A MODEL OF INTENTION TO USE AND LOYALTY  
FOR THE ADOPTION OF E-BANKING IN THE E-SERVICE ERA

By

*Edy Purwo Saputro and Daryono Soebagyo*  
*Economics Faculty - Muhammadiyah University of Surakarta*

Abstract

Banking sector is one of the services oriented to a consumer expectancy aspect and commitment to the most satisfactory best service provision. Thus, a banking service quality-focused research is a phenomenon to be analyzed. Similarly, an e-banking quality research is one of the most interesting phenomena for the researchers and managers in the e-service and *self-service technologies* (SSTs) era. A research of e-banking adoption as a distribution and banking service is not only carried out in advanced-industrial countries but also in developed ones. In the industrial countries, it focuses on loyalty and in the developed countries on intention to adoption.

As an implementation of SSTs, the e-banking adoption in the e-service era demands a service quality relying on consumers' action role. Various researches have examined the e-banking, as a distribution in the service era. This banking indirectly replaces a traditional banking service, particularly humanity interaction aspect in a long-term period.

A case of the e-banking adoption indicates a consumer service development, recently undertaking a dramatic shift from traditional to e-service era developed by information technology – information system. An electronic-based service, called as e-service, is essentially a corporation effort to give the most satisfactory for consumers. This process is highly developed internet with unlimited connection, and this reality makes a shift from service scope to cyber scope.

Diversity in the e-banking research models indicates that a behavioral research tends to be developing. In addition, that in the e-banking adoption research models, included in

observation setting, shows that the e-banking adoption research is a very interesting phenomenon so that the conclusions, implications and limitations of the previous researches give a chance to carry out further researches suitable to different and unique observation setting.

The first year research orients to the examination and map of an e-banking adoption and the second one explores and exploits potency for building intention to use in the e-banking as effort to develop and grow a self-independent banking customer and develop all the potencies in relation to customers into a smart customer.

Referring to the diversity in the e-banking research models, the map result is limited to the amount of journals (50 titles). When the journals can be reduced with the diversity in the models and cases in various countries, the implication to the generalization has not been satisfactory. However, these journals are representative to determine a model for building observation setting suitable to a research, included in making questionnaires.

Based on the description above and limitation to empirical journals in number as a reference to map, it is suggested that a further research needs to add more journals, particularly to develop the findings of used models and approach as well as method.

*Keywords: e-banking, e-service, SSTs*