

Skripsi

**Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* dengan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*
(Studi pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar
Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Yayuk Susanti
10.60.0137

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang
2013

Skripsi dengan judul:

**Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* dengan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*
(Studi pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)**

Oleh :

Yayuk Susanti

10.60.0137

Disetujui dan diterima baik oleh pembimbing :

Semarang, 4 November 2013

Pembimbing

A.A. Chrismastuti,SE.,M.Si.,Akt.

Telah diterima dan disahkan oleh panitia penguji pada:

Rabu, 21 November 2013 skripsi dengan judul:

**Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* dengan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*
(Studi pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)**

Oleh :

Yayuk Susanti

10.60.0137

Tim Penguji

Drs. Hudi P., SE., MM.,Akt. A. Advensia C., SE., MSi., Akt. G. Freddy K., SE., M.Si.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Unika Soegijapranata

Prof.Vincent Didiek Wiet Aryanto, Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM)

(Studi pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)

benar-benar merupakan karya saya. Saya tidak mengambil sebagian atau seluruh karya orang lain yang seolah-olah saya akui sebagai karya saya. Apabila saya melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 21 November 2013

Yang menyatakan,

Yayuk Susanti

Halaman Persembahan

Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

Keluarga tercinta dan teman-teman yang telah mambantu
dan mendukung saya

Terima kasih

Untuk kasih sayang, doa, dan pengorbanan

yang terus kalian berikan

selama menyelesaikan studi saya hingga sekarang menjadi
seorang sarjana.

“Impian tidak akan menggerakkan seseorang untuk maju,
alasan kuat dibalik impian itulah yg menggerakannya”

Kata Pengantar

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, penulis ucapkan karena skripsi dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)” telah dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang.

Topik ini dipilih karena penulis merasa tertarik untuk mengetahui faktor apa saja yang minat nasabah khususnya mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang dalam menggunakan *internet banking*. Penulis menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai patokan awal untuk melihat faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *internet banking* yang kemudian dikembangkan lagi dengan menambahkan variabel-variabel baru seperti kepercayaan, *perceived credibility*, *computer self efficacy*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan sebagai anteseden untuk menilai faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*.

Penelitian menggunakan model TAM yang sebenarnya sangat sering digunakan untuk melihat penerimaan pengguna terhadap sistem informasi. Oleh karena hal tersebut, peneliti merasa cocok menggunakan model TAM ini yang kemudian diperluas dengan menambah variabel baru serta variabel-variabel lain yang diusulkan oleh Sri Maharsi (2007) serta Ratih Wijayanti (2009).

Skripsi ini berhasil menemukan bukti empiris bahwa ternyata faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah (mahasiswa) dalam penggunaan *Internet Banking* meliputi persepsi manfaat, persepsi kredibilitas dan kepercayaan untuk menggunakan *internet banking*.

Selesainya skripsi ini peneliti akui tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis atas ijinnya kepada penulis untuk menggunakan fasilitas yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

2. Ketua Jurusan Akuntansi atas dorongan dan dukungannya kepada penulis agar cepat menyelesaikan studi.
3. Ibu A.A. Chrismastuti,SE.,M.Si.,Akt. Selaku Dosen Pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk berdiskusi dan membimbing penulis.
4. Orang tua dan keluarga besar tercinta yang telah mendukung dan memberikan dorongan untuk terus melakukan yang terbaik dalam studi penulis.
5. Teman-teman Akuntansi '10 atas persahabatan yang terjalin selama penulis menyelesaikan studi dan teman-teman konsentrasi system : Margareth, Novi Hendra, Novita, Friska, Christian, Yovita, dll. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya. Terima kasih atas segalanya.
6. Teman-teman kost juliete tercinta : Ci Mutiara, Ci Nia, Alvina, Yusiana, Vina Herawati, Selly, dan Alin. Terima kasih atas dukungan dan persahabatannya selama ini.
7. Teman-teman, keluarga, dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuannya selama ini sehingga penulis berhasil menyelesaikan studi. ☺

Semarang, 21 November 2013

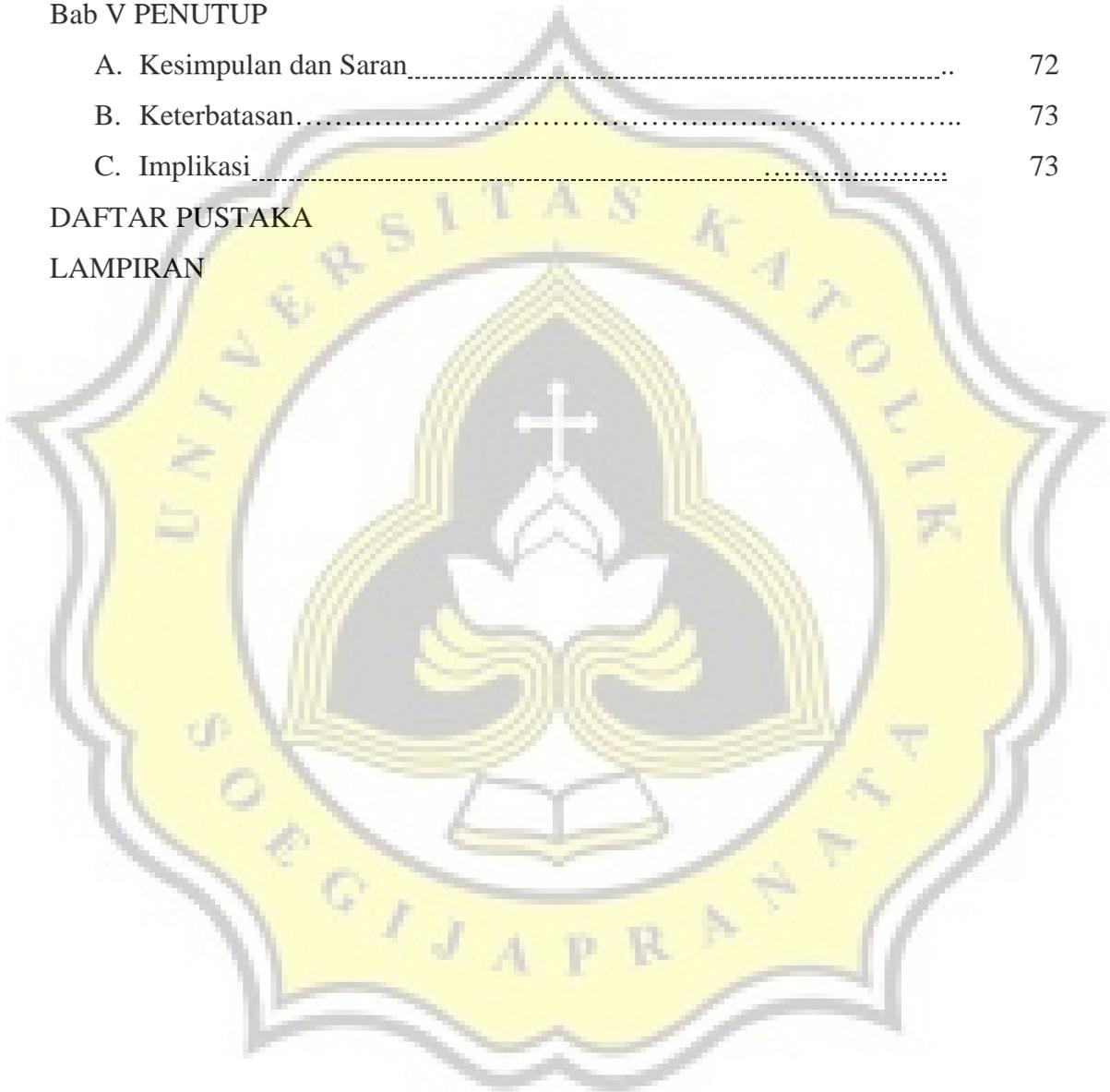
Peneliti

Yayuk Susanti

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Abstrak.....	xii
Bab I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Kerangka Pikir.....	10
E. Sistematika Penulisan.....	11
Bab II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori.....	13
B. Pengembangan Hipotesis.....	26
Bab III METODE PENELITIAN	
A. Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
B. Sumber dan Jenis Data.....	33
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	34
F. Alat Analisis Data.....	38
Bab IV HASIL DAN ANALISIS	
A. Gambaran Umum Responden.....	47

B. Statistik Deskripsi.....	51
C. Hasil Analisis Uji Validitas dan Realibilitas.....	54
D. Pengujian Hipotesis.....	57
E. Hasil dan Analisis.....	64
Bab V PENUTUP	
A. Kesimpulan dan Saran.....	72
B. Keterbatasan.....	73
C. Implikasi.....	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Distribusi Jumlah Sampel	32
Tabel 3.2.	Kelas Kategori Berdasarkan Rata-Rata.....	39
Tabel 3.3.	Asumsi-asumsi dalam Pengujian SEM.....	44
Tabel 3.4.	Konstruk Penelitian dan Sumber Kuesioner	45
Tabel 4.1.	Penggolongan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2.	Penggolongan Responden Berdasarkan Angkatan.....	48
Tabel 4.3.	Penggolongan Responden Berdasarkan Jurusan.....	49
Tabel 4.4.	Penggolongan Responden Berdasarkan Jenis Bank.....	50
Tabel 4.5.	Penggolongan Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan..	51
Tabel 4.6.	Hasil Perhitungan Nilai Deskriptif.....	52
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Kuesioner	55
Tabel 4.8.	Hasil Uji Realibilitas Kuesioner	56
Tabel 4.9.	Hasil Uji Hipotesis.....	57
Tabel 4.10.	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	62
Tabel 4.11.	Hasil Hipotesis.....	64
Tabel 4.12.	Hasil Uji <i>Standardized Regression</i>	69
Tabel 4.13.	Hasil Analisis <i>Measurement Model</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pengguna Internet	2
Gambar 1.2	Jumlah Pengguna Internet Banking Tahun 2011-2012.....	3
Gambar 1.3	Pengguna Internet Banking 2001-2011.....	4
Gambar 1.4	Kerangka Penelitian.....	10
Gambar 3.1	<i>Full Structural Model</i> Penelitian.....	46
Gambar 4.1	Hasil Uji <i>Full Structural Model</i> Penelitian.....	59

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah khususnya mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang dalam menggunakan layanan *Internet Banking*. Dalam penelitian ini akan diuji pengaruh computer self efficacy terhadap persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat, pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *internet banking*, pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *internet banking*, pengaruh kredibilitas terhadap penggunaan *internet banking* dan pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *internet banking*.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang tahun ajaran 2013/2014. Sampel diambil dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria responden adalah orang yang menggunakan layanan internet banking.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan internet banking, kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan internet banking, *perceived credibility* berpengaruh terhadap penggunaan internet banking. Serta *computer self efficacy* juga mempengaruhi penggunaan *internet banking* tetapi melalui persepsi manfaat.

Keywords : *perceived usefulness, perceived of use ease, computer self efficacy, perceived credibiity, trust* dan penggunaan *Internet Banking*.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* dengan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)* (Studi pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)

Yayuk Susanti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah khususnya mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang dalam menggunakan layanan *Internet Banking*. Dalam penelitian ini akan diuji pengaruh *computer self efficacy* terhadap persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat, pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *internet banking*, pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *internet banking*, pengaruh kredibilitas terhadap penggunaan *internet banking* dan pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *internet banking*.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang tahun ajaran 2013/2014. Sampel diambil dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria responden adalah orang yang menggunakan layanan internet banking.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan internet banking, kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan internet banking, *perceived credibility* berpengaruh terhadap penggunaan internet banking. Serta *computer self efficacy* juga mempengaruhi penggunaan *internet banking* tetapi melalui persepsi manfaat.

Keywords : *perceived usefulness, perceived of use ease, computer self efficacy, perceived credibiity, trust* dan penggunaan *Internet Banking*.