

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN
MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA DALAM
PENGUNAAN *VIRTUAL ACCOUNT***

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

VERENA SKOLASTIKA

10.60.0169

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN AKUNTANSI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2014

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Mahasiswa Universitas
Katolik Soegijapranata Dalam Penggunaan *Virtual Account***

Oleh:

Verena Skolastika

10.60.0169

Disetujui dan diterima baik oleh pembimbing:

Semarang, 17 Oktober 2014

Pembimbing,

Drs. H. Hudi Prawoto, MM., Akt.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Telah diterima dan disahkan oleh panitia penguji pada:

17 Oktober 2014 skripsi dengan judul:

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Mahasiswa Universitas
Katolik Soegijapranata Dalam Penggunaan *Virtual Account***

Oleh:

Verena Skolastika

10.60.0169

Tim penguji

G.FredyKoeswoyo,SE.,M.Si. Dr.A.A.Christmastuti,SE.,M.Si.,Akt. Drs.H.HudiPrawoto,MM.,Akt.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Unika Soegijapranata

Sentot Suciarto Athanasius, Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Mahasiswa Universitas
Katolik Soegijapranata Dalam Penggunaan *Virtual Account***

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 perolehan dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Katolik Soegijapratana

Semarang, 17 Oktober 2014

Yang menyatakan,

Verena Skolastika

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena limpahan berkat karunia dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Dalam Penggunaan *Virtual Account* “. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari keberhasilan ini tidak terlepas tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Hudi Prawoto, MM., Akt. selaku dosen pembimbing, yang bersedia memberikan bimbingan dan meluangkan waktu untuk berdiskusi sejak masa penyusunan skripsi sampai selesainya penulisan skripsi.
2. Bapak G. Fredy Koeswoyo, SE., M.Si. , Ibu Dr. A. A. Christmastuti, SE., M.Si., Akt dan Bapak Agung Sugiarto, SE., MM, Akt. CFP. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan-masukan yang berharga bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Astri Fatma K., Vicky Ardila, Ilham Wahid W., Bagus Laksono kalian adalah sahabatku yang selalu mendukung dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi.

4. Monica Astri W.P. , Ivory Meta J., kalian adalah sahabatku yang selalu ada dalam susah senangnya dalam kehidupan sehari – hari di kost, serta memberikan semangat, bantuan dan selalu menemani diriku sejak semester awal sampai sekarang. Serta mendukung dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi.
5. Umiku Yuliana Sumini, adikku Renate Yosefa , serta seluruh anggota keluarga besar yang selalu memberikan semangat serta doa agar dapat menyelesaikan dalam menyusun skripsi.
6. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini

Semarang, 17 Oktober 2014

Peneliti

Verena Skolastika

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4. Kerangka Pikir.....	7
1.5. Sistematika penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	9
2.1.2. Penerimaan Konsumen Dalam Penggunaan Virtual Account.....	11
2.1.3. Sistem Informasi.....	13
2.1.4. Sistem Pengendalian Intern.....	14
2.2. Pengembangan Hipotesis.....	16

2.2.1. <i>Perceived Usefulness</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	16
2.2.2. <i>Perceived Ease Of Use</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	16
2.2.3. <i>Perceived Enjoyment</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	17
2.2.4. <i>Trust</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	17
2.2.5. <i>Attitude Toward Using</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1. Objek dan Lokasi Penelitian.....	21
3.2. Populasi dan Sampel	21
3.3. Metoda Analisis Data	22
3.4. Alat Pengumpulan Data.....	22
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
3.5.1. <i>Attitude Toward Using</i>	23
3.5.2. <i>Behavioral Intention</i>	23
3.5.3. <i>Perceived Usefulness</i>	24
3.5.4. <i>Perceived Ease Of Use</i>	24
3.5.5. <i>Perceived Enjoyment</i>	25
3.5.6. <i>Trust</i>	26
3.6. Uji Alat Pengumpulan Data	26
3.6.1. Uji Validitas	26

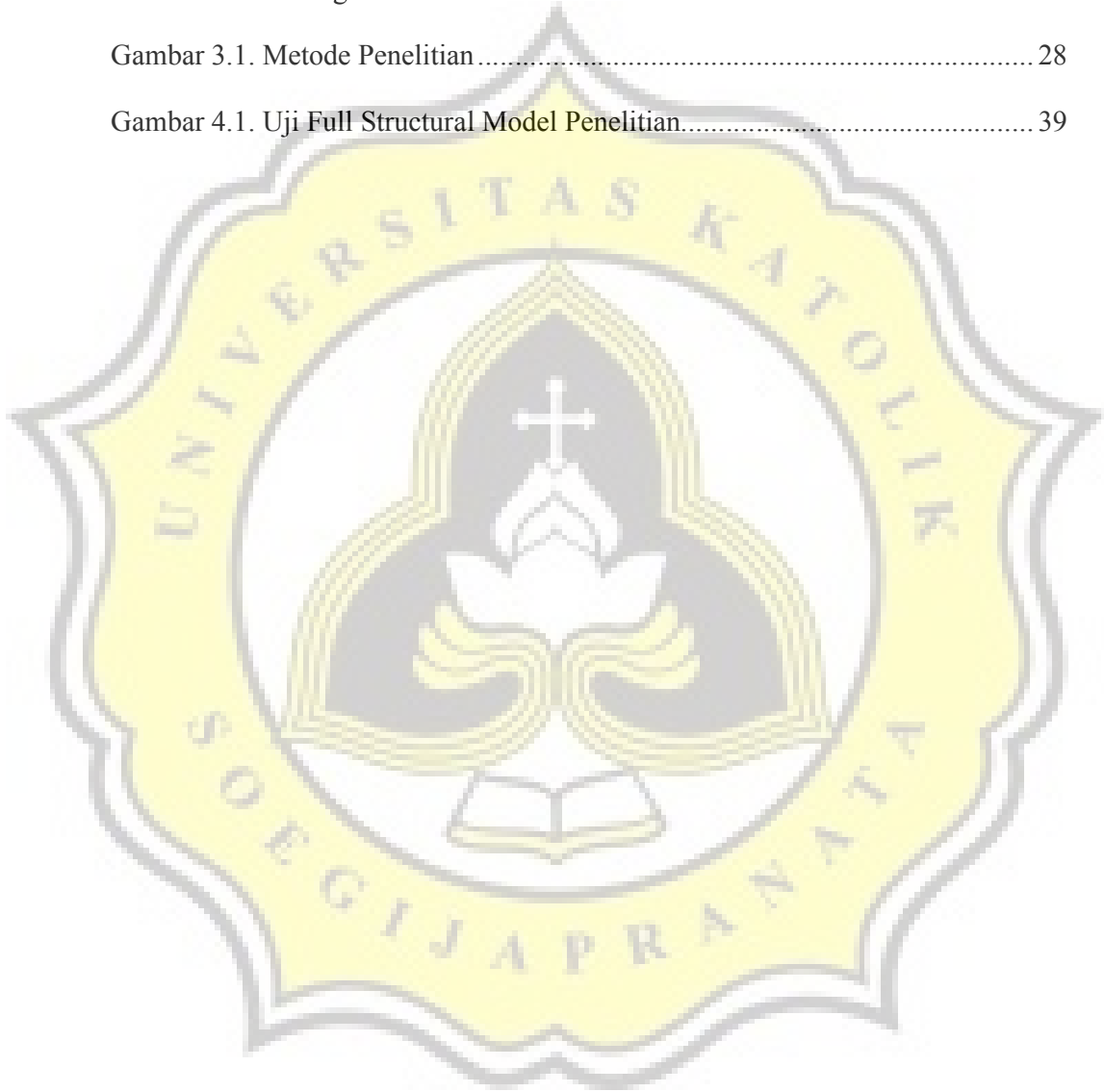
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	27
3.7. Teknik Analisa Data	27
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	29
4.1. Gambaran Umum Responden	29
4.2. Uji Alat Pengumpulan Data	31
4.2.1. Uji Validitas	31
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	34
4.3. Statistik Deskriptif.....	35
4.4. Uji Normalitas	37
4.5. Uji Absolute Fit Measure.....	38
4.6. Uji Hipotesis	39
4.6.1. Pengujian H ₁	40
4.6.2. Pengujian H ₂	41
4.6.3. Pengujian H ₃	41
4.6.4. Pengujian H ₄	42
4.6.5. Pengujian H ₅	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1. Kesimpulan	44
5.2. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA.....	1

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya	19
Tabel 4.1. Jurusan	29
Tabel 4.2. Umur.....	30
Tabel 4.3. Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.4. Crosstab Jurusan dan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.5. Uji Validitas <i>Perceived Usefulness</i> (PU).....	32
Tabel 4.6. Uji Validitas <i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU).....	32
Tabel 4.7. Uji Validitas <i>Perceived Enjoyment</i> (PE).....	33
Tabel 4.8. Uji Validitas Trust (T).....	33
Tabel 4.9. Uji Validitas <i>Attitude Toward Using</i> (ATU).....	33
Tabel 4.10. Uji Validitas <i>Behavioral Intention</i> (BI).....	34
Tabel 4.11. Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif.....	35
Tabel 4.13. Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.14. Uji Absolute Fit Measure.....	38
Tabel 4.15. Regression Weight	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Diagram Survei Prariset Penerimaan Teknologi Baru Mahasiswa	2
Gambar 1.2. Kerangka Pikir.....	7
Gambar 3.1. Metode Penelitian.....	28
Gambar 4.1. Uji Full Structural Model Penelitian.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Input Data Responden

Lampiran 3: Output Spss

Lampiran 4: Output Amos



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Dalam Penggunaan *Virtual Account*. Sampel penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif angkatan 2013 Universitas Katolik Soegijapranata.

Faktor *perceived usefulness* dan *perceive ease of use* dengan menggunakan dasar TAM serta faktor *perceive enjoyment*, dalam penelitian ini mengemukakan bahwa ketiga faktor tersebut menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *attitude toward using*. Sedang untuk faktor *trust* sudah tidak lagi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *attitude toward using* karena masyarakat cenderung memahami bahwa bank telah memiliki standar operasi prosedur tertentu yang aman. Hasil penelitian ini sejalan dengan riset sebelumnya seperti Davis (1989) dengan menggunakan dasar TAM mengemukakan hubungan positif antara *attitude toward using* terhadap *behavioral intention* pada teknologi baru yang ditawarkan bank kepada nasabah. Semakin menerima teknologi tersebut maka niat untuk terus menggunakannya juga akan semakin tinggi.

Keywords : *Virtual Account, perceived usefulness, perceive ease of use, perceive enjoyment, attitude toward using, behavioral intention.*

