

SKRIPSI

HENNY

**ANALISIS NIAT PERILAKU MENGGUNAKAN INTERNET
BANKING DENGAN TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL**



No. INDUK	3652 /05
TGL. TERIMA	2 Mei 2005
B-F-I KADINAH	FE-m
No. BUKU	
KCPI KE	1 (SATU)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2004

ANALISIS NIAT PERILAKU MENGGUNAKAN INTERNET BANKING

DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

SKRIPSI

Ini diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

HENNY

3103001005

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2004

LEMBAR PENGESAHAN

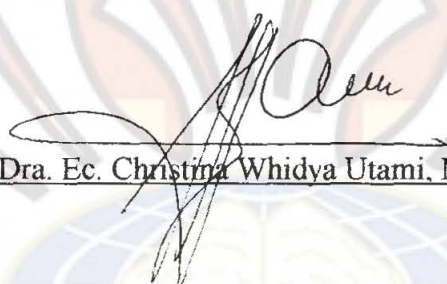
Skripsi yang ditulis oleh: Henny

NRP: 3103001005

Telah diuji pada tanggal 11 Januari 2005

Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:


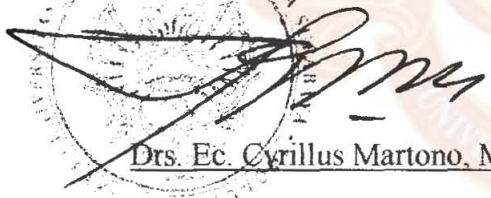


Dra. Ec. Christina Whidya Utami, MM

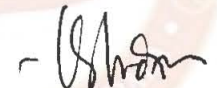
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Cyrillus Martono, Msi



Drs. Ec. Margaretha Ardhanari, Msi

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

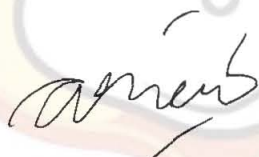
ANALISIS NIAT PERILAKU MENGGUNAKAN INTERNET BANKING
DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

OLEH:

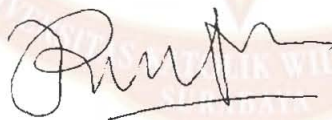
HENNY

3103001005

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KE TIM PENGUJI



PEMBIMBING I, Dra. Ec. LYDIA ARI WIDYARINI, MM



PEMBIMBING II, Drs. YULIUS RUNTU, Msi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS NIAT PERILAKU MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DENGAN TECNOLOGY ACCEPTANCE MODEL” sebagai pemenuhan salah satu syarat dalam perolehan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan sebaik-baiknya.

Selama penyusunan skripsi ini sampai selesainya, penulis tidak bekerja sendiri melainkan banyak bantuan dan dorongan yang diberikan dari berbagai pihak. Dengan adanya kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Ec. Cyrillus Martono, Msi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM., selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Yulius Runtu, Msi selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya,

6. Para dosen pendidik yang selama ini telah bersedia memberikan ilmu dengan penuh kesabaran hingga penulis mendapat pengetahuan yang sangat berharga sebagai bekal masa depan.
7. Mama, Papa, Kakak, adik, dan Kakak ipar saya yang senantiasa memberikan dukungan baik secara material dan spiritual dari awal kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Teman-teman serta pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tak langsung telah memberikan bantuan, dukungan dan masukan dalam berbagai hal yang tidak pernah terlupakan selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena adanya keterbatasan waktu dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dengan penuh rendah hati penulis mengharapkan saran dan kritik guna pengembangan selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi para pembaca sekalian. Sekian dan terima kasih.

Surabaya, Desember 2004

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Skripsi.....	9
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Penelitian terdahulu.....	11
2.2 Jasa	
a. Pengertian Jasa.....	13
b. Klasifikasi Jasa.....	13
c. Karakteristik Jasa.....	16
2.3 Pemasaran	

a.	Strategi Keunggulan Kompetitif.....	17
b.	Tahap-tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	20
2.4	Perilaku Konsumen	
a.	Pengertian Perilaku Konsumen.....	24
b.	Pengertian Persepsi.....	25
c.	Pengertian Sikap.....	27
d.	Pengertian Niat.....	28
2.5	Internet Banking	
a.	Pengertian Internet.....	29
b.	Sistem Keamanan Internet Banking.....	30
2.6	Technology Acceptance Model (TAM)	
a.	Teori TAM.....	31
b.	Teory Reasoned Action (TRA).....	34
2.7	Hipotesis.....	35
2.8	Model Analisis.....	36

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	37
3.2	Identifikasi Variabel.....	37
3.3	Definisi Operasional.....	38
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.5	Pengukuran Data.....	41

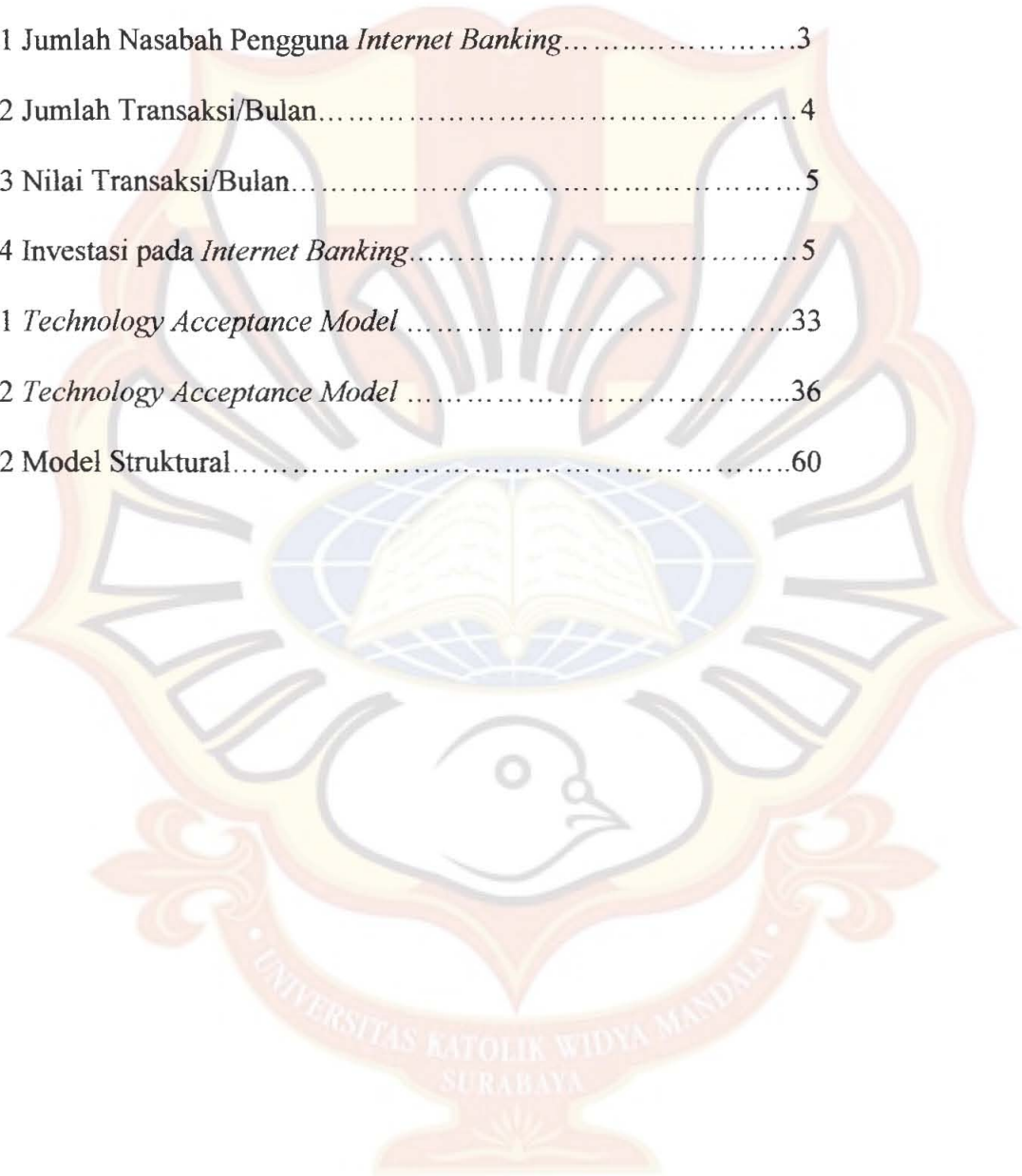
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	42
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.8	Teknik Pengambilan Data.....	43
3.9	Teknik Analisis Data.....	44
3.10	Pengujian Hipotesis.....	46
BAB 4	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1	Karakteristik Responden.....	49
4.2	Deskripsi Data	
a.	Mean dan Standar Deviasi.....	50
b.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
4.3	Analisis Data	
a.	Pengembangan Model Teoritis.....	58
b.	Pengembangan Diagram Alur.....	58
c.	Membuat Persamaan dari Diagram Alur.....	59
d.	Estimasi Model	62
e.	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.....	63
f.	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit.....	64
4.4	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	70
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan.....	80
5.2	Saran.....	82

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
4.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2 Kriteria Interpretasi.....	51
4.3 Nilai Rata-rata dan Standard Deviasi <i>Attide Toward Using</i>	52
4.4 Nilai Rata-rata dan Standard Deviasi <i>Behavior Intention</i>	52
4.5 Nilai Rata-rata dan Standard Deviasi <i>Perceived Easy of Use</i>	53
4.6 Nilai Rata-rata dan Standard Deviasi <i>Perceived usefulness</i>	53
4.7 <i>Factor Loadings, Construct Reliability, Variance Extracted</i>	55
4.8 Korelasi Antar Variabel.....	57
4.9 Pengaruh Direct, Indirect, Total.....	62
4.10 Uji Normalitas Data.....	64
4.11 Z Score.....	65
4.12 Jarak Mahalanobis.....	66
4.13 Perbandingan antara Indikator Good of Fit yang disyaratkan dan Good of Fit Model Penelitian.....	67
4.14 Hasil Uji Hipotesis.....	70
4.15 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	76

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1.1 Jumlah Nasabah Pengguna <i>Internet Banking</i>	3
1.2 Jumlah Transaksi/Bulan.....	4
1.3 Nilai Transaksi/Bulan.....	5
1.4 Investasi pada <i>Internet Banking</i>	5
2.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	33
2.2 <i>Technology Acceptance Model</i>	36
4.2 Model Struktural.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

1. Kuesioner	83
2. Hasil Olahan kuesioner.....	85
3. Printout SPSS.....	91
4. <i>Loadings Factor Construct Variable Laten</i>	95
5. Printout Lisrel.....	97
6. <i>Structural Equation Modeling</i>	100
7. Tabel t.....	101
8. Tabel <i>Chi square</i>	102

ABSTRAKSI

Judul dari penelitian ini adalah “**Analisis Niat Perilaku Menggunakan Internet Banking Dengan Technology Acceptance Model**”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara persepsi atas daya guna internet dengan persepsi atas kemampuan menggunakan internet, untuk mengetahui pengaruh antara persepsi atas daya guna internet dengan sikap terhadap penggunaan internet, untuk mengetahui pengaruh antara persepsi atas kemampuan menggunakan internet dengan sikap terhadap penggunaan internet, untuk mengetahui pengaruh antara persepsi atas daya guna internet dengan niat perilaku menggunakan *internet banking*, untuk mengetahui pengaruh antara sikap terhadap penggunaan internet dengan niat perilaku menggunakan *internet banking*. Sampel penelitian ini adalah pengguna internet yang belum pernah menggunakan internet banking dan berdomisili di Surabaya dengan jumlah 300 orang.

Analisis SEM (*Structural Equation Model*) digunakan sebagai model dan diolah dengan program Lisrel. Hasil analisis menunjukkan hubungan antar variabel sesuai dengan Technology Acceptance Model. Semua variabel mempunyai hubungan yang positif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model TAM ini memenuhi kriteria *Goodness of Fit* sehingga model penelitian bisa diterima.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat diketahui pengaruh variabel TAM, yaitu persepsi atas daya guna internet, persepsi atas kemampuan menggunakan internet, sikap terhadap penggunaan internet positif terhadap niat perilaku menggunakan *internet banking*. Selain itu juga dapat diketahui hubungan antar variabel dari variabel TAM tersebut.