

# Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Internet Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dengan Attitude Toward Using Technology Sebagai Variabel Intervening

Oleh:

Nama : Ratna Ndari Nurhakimah

DosPem : Heri Widodo

Progam Studi Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
2023

# BAB I

## PENDAHULUAN

# Pendahuluan

## Latar Belakang :

- Salah satu bentuk perkembangan teknologi pada dunia perbankan adalah e-banking atau yang biasa dikenal dengan istilah internet banking
- Kenaikan jumlah nasabah perbankan yang menggunakan internet banking di Indonesia yg bertambah setiap tahunnya
- Pandemi Covid-19 di indonesia juga mempengaruhi pertumbuhan pengguna internet banking karena mewajibkan kita semua berada di rumah
- Menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)
- Faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan layanan internet banking adalah perceived usefulness, perceived ease to used, bahavior intention, dan attitude toward using technology

# Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

- Pengaruh kegunaan persepsian (perceived usefulness) terhadap niat perilaku (behavior intention)
- Pengaruh kegunaan persepsian (perceived usefulness) terhadap sikap penggunaan teknologi (attitude toward using technology)
- Pengaruh kemudahan kegunaan persepsian (perceived ease of used) terhadap niat perilaku (behavior intention)
- Pengaruh kemudahan kegunaan persepsian (perceived ease of used) terhadap sikap penggunaan teknologi (attitude toward using technology)
- Pengaruh sikap penggunaan teknologi (attitude toward using technology) terhadap niat perilaku (behavior intention)
- Sikap penggunaan teknologi (attitude toward using technology) memediasi kegunaan persepsian (perceived usefulness) terhadap niat perilaku (behavior intention)
- Sikap penggunaan teknologi (attitude toward using technology) memediasi kemudahan kegunaan persepsian (perceived ease of used) terhadap niat perilaku (behavior intention)

# Manfaat Penelitian

- Menambah pengetahuan peneliti dan mahasiswa lain tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan internet banking
- Sebagai bukti dokumentasi atas apa yang sudah diteliti dan sebagai sarana berterima kasih kepada semua pihak yang memiliki peran dalam menyelesaikan perkuliahan
- Di harapkan dengan adanya penelitian ini, nantinya bisa dijadikan referensi penelitian bagi mahasiswa yang melakukan penelitian dengan tema yang sama

# BAB II

## KAJIAN PUSTAKA

# Penelitian Terdahulu

- Gusi Putu Lestara Permana (2017) dengan judul penelitian “ Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Internet Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dengan Penambahan Peran Motivasi Extrinsic dan Intrinsic”
- Refila Aulina (2018) penelitian ini berjudul “ Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) pada Intention to Use Internet Banking Perbankan Syariah dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening Studi pada Mahasiswa Pelaku Usaha di Malang
- Rajendra Prasada Bangkara dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2016) Penelitian ini Berjudul “ Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening

Persamaan :

- Menggunakan variabel perceived usefulness, perceived ease of use
- Menggunakan metode kuantitatif

Perbedaan :

- Menggunakan variabel intervening attitude toward using technology
- Peneliti menggunakan mahasiswa universitas muhammadiyah sidoarjo sebagai obyek penelitian

# Kajian Teoritis

Pengertian  
Bank

Teknologi  
Informasi

Perceived  
Usefulness

Perceived Ease  
of Use

Technology  
Acceptance  
Model (TAM)

Internet  
Banking

Attitude Toward  
Using  
Technology

Behavior  
Intention



# Hubungan Antar Variabel

Perceived usefulness berpengaruh terhadap behavior intention	Perceived usefulness berpengaruh terhadap attitude toward using technology	Perceived ease of use berpengaruh terhadap behavior intention	Perceived ease of use berpengaruh terhadap attitude toward using technology	Attitude toward using technology berpengaruh terhadap behavior intention	Attitude toward using technology memediasi perceived usefulness terhadap behavior intention	Attitude toward using technology memediasi perceived ease of use terhadap behavior intention
Dalam penelitian permana (2017) menunjukkan bahwa perceived usefulness berpengaruh terhadap behavior intention	Penelitian Bangkara & Mimba (2016) menunjukkan bahwa perceived usefulness berpengaruh positif terhadap attitude toward using technology	Dalam penelitian Aulina (2018) menunjukan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh perceived ease of use terhadap behavior intention	Penelitian permana (2017) menunjukan bahwa perceived ease of use tidak berpengaruh secara signifikan terhadap attitude toward using technology	Dalam penelitian Indriastuti (2020) menunjukkan bahwa attitude (sikap) memiliki pengaruh signifikan terhadap intention to use (minat)	Aulina (2018) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh antara perceived usefulness terhadap behavior intention melalui attitude toward using technology	Aulina (2018) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh antara perceived ease of use terhadap behavior intention melalui attitude toward using technology

# Hipotesis

H1

- Perceived usefulness berpengaruh terhadap behavior intention

H2

- Perceived usefulness berpengaruh terhadap attitude toward using technology

H3

- Perceived ease of use berpengaruh terhadap behavior intention

H4

- Perceived ease of use berpengaruh terhadap attitude toward using technology

H5

- Attitude toward using technology berpengaruh terhadap behavior intention

H6

- Attitude toward using technology memediasi perceived usefulness terhadap behavior intention

H7

- Attitude toward using technology memediasi perceived ease of use terhadap behavior intention

# BAB III

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

- Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif

### Lokasi penelitian

- Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

### Populasi dan Sampel

- Populasi menggunakan mahasiswa tahun 2016 dan 2017 yang masih aktif di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
- Pada penelitian ini jumlah sampel yang di gunakan ialah 86 mahasiswa

### Jenis data dan Sumber data

- Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif
- Sumber data adalah data primer yang di peroleh dari responden secara langsung

### Tehnik pengumpulan data

- Menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner
- Kuesioner di ukur menggunakan skala likert

# Tehnik Analisis Data

Uji Validitas



Uji Reliabilitas



Path Analisis

- Pengembangan dari analisis regresi linier berganda

# Uji Hipotesis

Uji  
Signifikansi

Nilai  
R<sup>2</sup>(Koefisien  
Determinan)

Standardized  
koefisien  
beta

Uji Sobel

# BAB IV

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

# Hasil

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	2.530		
	Perceived Usefulness	.213	.081	.318	2.631	.010
	Perceived Ease of Used	.356	.079	.544	4.506	.000

a. Dependent Variable: Attitude Toward Using Technology

X1 = 0.010 < 0.05 maka H2 diterima  
 X2 = 0.000 < 0.05 maka H4 diterima

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	1.713		
	Perceived Usefulness	.280	.083	.414	3.370	.001
	Perceived Ease of Used	-.153	.087	-.232	-1.762	.082
	Attitude Toward Using Technology	.691	.108	.684	6.413	.000

a. Dependent Variable: Behavior Intention

X1 = 0.001 < 0.05 maka H1 diterima  
 X2 = 0.082 > 0.05 maka H3 ditolak  
 Z = 0.000 < 0.05 maka H5 diterima



# Hasil

Variabel	Perbandingan Z hitung dan Z tabel	Keterangan
X1 terhadap Y melalui Z	$11.309 \geq 1.96$	Signifikan
X2 terhadap Y melalui Z	$10.267 \geq 1.96$	Signifikan

Hasil ini menunjukkan bahwa :  
X1 terhadap Y melalui Z signifikan yang berarti H6 di terima  
X2 terhadap Y melalui Z signifikan yang berarti H7 di terima

# BAB V

## PENUTUP

# Kesimpulan

- H1 : Perceived usefulness (X1) berpengaruh terhadap behavior intention (Y)
- H2 : Perceived usefulness (X1) berpengaruh terhadap attitude toward using technology (Z)
- H3 : Perceived ease of used (X2) tidak berpengaruh terhadap behavior intention (Y)
- H4 : Perceived ease of used (X2) berpengaruh terhadap attitude toward using technology (Z)
- H5 : Attitude toward using technology (Z) berpengaruh terhadap behavior intention (Y)
- H6 : Attitude toward using technology (Z) mampu memediasi perceived usefulness (X1) terhadap behavior intention (Y)
- H7 : Attitude toward using technology (Z) mampu memediasi perceived ease of used (Z) terhadap behavior intention (Z)

# Saran

- saran bagi responden untuk mempertahankan penggunaan *internet banking* karena menggunakan *internet banking* sangat menguntungkan dan memudahkan kita untuk melakukan transaksi dari mana saja.
- Saran bagi peneliti selanjutnya adalah agar dapat mengembangkan penelitian ini guna untuk mengetahui lebih dalam lagi tentang pengaruh *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of used* (X2), *attitude toward using technology* (Z), dan *behavior intention* (Y) sehingga hasil penelitian ini dapat mempunyai informasi terbaru dalam pengambilan kesimpulannya
- Saran bagi pihak bank agar dapat mengembangkan layanan yang ada di dalam penggunaan internet banking sehingga pengguna semakin tertarik dalam menggunakan layanan internet banking

TERIMA KASIH

