

# Analysis of Internet Banking Acceptance Factors Using the Technology Acceptance Model (TAM) Approach With Attitude Toward Using Technology As Intervening Variables

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

Ratna Ndari Nurhakimah<sup>1)</sup>, Heri widodo <sup>\*,2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Dosen Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: [ratnandinurhakimah007@umsida.ac.id](mailto:ratnandinurhakimah007@umsida.ac.id)<sup>1)</sup>, [heriwidodo@umsida.ac.id](mailto:heriwidodo@umsida.ac.id)<sup>2)</sup>

**Abstract.** *The purpose of this study is to identify aspects that influence i-banking acceptance through attitude toward using technology as an intervening variable using the Technology Acceptance Model approach which is often abbreviated as TAM. Applying quantitative research techniques and using primary data by way of surveys distributing questionnaires. Using active students in 2016-2017 Muhammadiyah University of Sidoarjo as research objects and using 86 students as a research sample of 600 students. This study uses path analysis and the Sobel test through the SPSS program to test the hypothesis. This study explains that there is a significant influence between perceived usefulness on behavior intention (H1) and attitude toward using technology (H2), and shows that there is a significant influence between perceived ease of use on attitude toward using technology (H4). On the other hand, perceived ease of use has no significant effect on behavior intention (H3), whereas an attitude toward using technology has a significant effect on behavior intention (H5), and an attitude toward using technology is able to mediate perceived ease of use and perceived usefulness of behavior intention (H7 and H6)..*

**Keywords** - *perceived usefulness, perceived ease of used, attitude toward using technology, behavior intention*

**Abstrak.** *Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi aspek-aspek yang mempengaruhi penerimaan i-banking melalui attitude toward using technology sebagai variabel intervening dengan memakai pendekatan Technology Acceptance Model yang sering disingkat TAM. Menerapkan tehnik penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer dengan cara survey menyebarkan kuesioner. Menggunakan mahasiswa aktif tahun 2016-2017 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sebagai obyek penelitian dan menggunakan 86 mahasiswa sebagai sampel penelitian dari 600 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan path analysis dan uji sobel melalui program SPSS untuk menguji hipotesis. Dari penelitian ini menjelaskan adanya pengaruh yang signifikan antara perceived usefulness yang dirasakan terhadap behavior intention (H1) dan attitude toward using technology (H2), serta menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan antara perceived ease of used yang dirasakan terhadap attitude toward using technology (H4). Disisi lain, perceived ease of used yang dirasakan secara signifikan tidak mempunyai pengaruh terhadap behavior intention (H3), sedangkan attitude toward using technology secara signifikan mempunyai pengaruh terhadap behavior intention (H5), dan attitude toward using technology mampu memediasi perceived ease of used dan perceived usefulness terhadap behavior intention (H7 dan H6).*

**Kata Kunci** – *perceived usefulness, perceived ease of used, attitude toward using technology, behavior intention*

## I. PENDAHULUAN

Teknologi informasi saat ini sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut menyebabkan semakin pentingnya perkembangan teknologi informasi sebuah organisasi demi keberhasilan organisasi tersebut.

Perkembangan teknologi informasi ini juga berpengaruh pada dunia perbankan. Di lihat dari semakin banyaknya organisasi perbankan yang memberi fasilitas pelayanan untuk mempermudah penggunanya bertransaksi. Salah satu bentuk perkembangan teknologi pada dunia perbankan adalah *e-banking* yang juga dikenal dengan istilah *internet banking* yang di rasa lebih efektif dan efisien. Kegiatan melakukan seperti transaksi pembayaran dan transaksi lainnya melalui internet dengan menggunakan website bank dengan sistem keamanan yang lebih handal disebut *internet banking*. Tujuan *internet banking* adalah untuk memenuhi kebutuhan nasabah perbankan yang terus berkembang akan layanan yang cepat, aman, nyaman, dan terjangkau yang di akses kapan saja (24 jam sehari atau 7 hari) dan dari mana saja. Sejak dikembangkan oleh Bank International Indonesia (BII) pada tahun 1998, pengguna *internet banking* semakin bertambah seiring dengan semakin dikenal dan familarnya nasabah dengan layanan tersebut. Berdasarkan informasi yang penulis terima [1] total pengguna *Internet Banking* dari empat bank di Indonesia (Bank BCA, BNI, BRI, dan Mandiri) di awal tahun 2014 pengguna *internet banking* mencapai 18,8 juta pengguna, kemudian pada tahun 2015, jumlah tersebut naik 25 persen. Pengguna *internet banking* menjadi 23,65 juta pengguna. Bulan juli 2020 bank BRI telah mencatat kenaikan dua kali lipat nasabah pengguna *internet banking* dari tahun lalu [2]. Di tambah dengan adanya pandemi *covid-19* di Negara ini yang mempengaruhi pertumbuhan pengguna *internet banking*. Dengan segala sesuatu yang mewajibkan kita semua berada di rumah menjadi salah satu faktor pendorong mengapa nasabah lebih memilih menggunakan *internet banking*. Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan diatas, peneliti bermaksud melakukan penelitian terhadap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sebagai obyek penelitian. Peneliti memilih Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sebagai obyek penelitian di karenakan yang pertama, mahasiswa sudah memiliki Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang berbentuk ATM. Yang kedua, lebih dari 50% mahasiswa merupakan pekerja swasta. Sehingga tidak menutup kemungkinan mahasiswa lebih tertarik pada layanan *internet banking*. Pendekatan yang di kemukakan oleh Davis [3] *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan pendekatan untuk menggambarkan penerimaan teknologi yang digunakan oleh pengguna teknologi. *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah cara untuk menganalisa dan memahami faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi. Beberapa faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan layanan *i-banking* adalah *perceived ease of used*, *perceived usefulness*, *behavior intention*, dan *attitude toward using technology*. TAM juga digunakan oleh Venkatesh et al. pada Tahun [4] untuk menguji perilaku pengguna dan penerimaan sistem dari berbagai perspektif.

*Theory of Reasoned Action (TRA)* pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein dan Ajzen dalam Jogiyanto [6]. Teori ini menghubungkan antara keyakinan (belief), sikap (attitude), kehendak (intention) dan perilaku (behavior). *Perceived usefulness* merupakan keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi tertentu [7]. *Perceived usefulness* diartikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya [3], [8]. Kehendak atau niat (*intention*) diartikan sebagai keinginan untuk melakukan suatu perilaku dan perilaku (*behavior*) merupakan tindakan atau kegiatan yang sebenarnya dilakukan. Jika seseorang itu berkehendak melakukan sesuatu maka tindakan itu akan di lakukan, dan niat perilaku (*Behavior Intention*) akan menentukan perilaku atau tindakannya. Seseorang bisa mengubah niatnya kapan saja. Semakin lebar interval waktunya, semakin besar kemungkinan niat akan berubah. Dari pernyataan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa dorongan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan atau perilaku menggunakan sistem *internet banking* disebut dengan niat perilaku [9].

Sikap penggunaan teknologi (*Attitude Toward Using technology*) di konseptualisasikan sebagai sikap penggunaan sistem teknologi berupa penerimaan atau penolakan sebagai dampak ketika seseorang menggunakan teknologi dalam bekerja. Sikap penggunaan teknologi (*Attitude toward using technology*) merupakan suatu sikap atau perilaku seseorang baik positif maupun negatif dalam menggunakan teknologi [9].

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti akan memilih judul penelitian ini dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Internet Banking dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan Penambahan *Attitude Toward Using Technology* sebagai Variabel Intervening”**.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan banyaknya informasi yang di terima peneliti tentang meningkatnya nasabah yang lebih memilih menggunakan internet banking maka peneliti ingin mengetahui tentang :

1. Apa pengaruh kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) terhadap niat perilaku (*behavior intention*)?
2. Apa pengaruh *perceived usefulness* (kegunaan persepsian) terhadap *attitude toward using technology* (sikap penggunaan teknologi)?
3. Apa pengaruh kemudahan *perceived ease of used* (kegunaan persepsian) terhadap *behavior intention* (niat perilaku)?
4. Apa pengaruh *perceived ease of used* (kemudahan kegunaan persepsian) terhadap *attitude toward using technology* (sikap penggunaan teknologi)?
5. Apa pengaruh *attitude toward using technology* (sikap penggunaan teknologi) terhadap *behavior intention* (niat perilaku)?

6. Dapatkah sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) memediasi kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) terhadap niat perilaku (*behavior intention*)?
7. Bisakah sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) memediasi kemudahan kegunaan persepsian (*perceived ease of used*) terhadap niat perilaku (*behavior intention*)?

## II. METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Berdasarkan jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Yang di maksud dengan penelitian kuantitatif adalah proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis pada apa yang ingin diketahui. Untuk mengetahui hasil penelitian ini akan di lakukan survey. Menurut Kerlinger (1973) mengacu dalam Sugiyono [10] penelitian yang menggunakan metode survei adalah penelitian yang diarahkan pada populasi besar atau kecil tetapi informasi yang terkonsentrasi menggunakan informasi dari tes yang diambil dari populasi tersebut. Dalam metode survei menggunakan teknik pengumpulan data primer yang diperoleh dari sumber secara langsung, memanfaatkan artikulasi atau pertanyaan yang disusun yang biasa disebut kuesioner dan membutuhkan kontak atau koneksi antara spesialis dan responden (subjek) untuk memperoleh informasi yang ideal.

### Definisi Operasional, Identifikasi Variabel, dan Indikator

Penelitian ini meliputi dua variabel bebas (*Independen*), satu variabel terikat (*dependen*), dan satu variabel *intervening* (mediasi).

1. Variabel bebas (*independen*)
  - a. *Perceived usefulness* ( $X_1$ )
 

Persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan sesuatu yang menyatakan individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu [11]. Widjana dan Rachmat dalam Indriastuti [7], menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah sebagai kesan atau tanggapan konsumen atas manfaat yang di dapat ketika menggunakan teknologi khususnya *i-banking*.
  - b. *Perceived ease of use* ( $X_2$ )
 

*Perceived ease of use* di definisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunaanya [12].
2. Variabel terikat (*dependen*)
 

*Behavior intention* (Y) merupakan keinginan seseorang dalam menentukan perilaku atau tindakan untuk menggunakan teknologi informasi khususnya *i-banking* [9].
3. Variabel mediasi (*intervening*)
 

Sikap penggunaan teknologi (*Attitude toward using technology*) merupakan suatu sikap atau perilaku seseorang baik positif maupun negatif dalam menggunakan teknologi *internet banking* [9].

### Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Sugiyono [13] Populasi adalah suatu wilayah yang dijumlahkan yang terdiri dari benda-benda atau subyek-subyek yang mempunyai jumlah dan kriteria tertentu yang akan di teliti oleh para ahli untuk dipelajari dan kemudian ditentukan kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah di tujukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berdasarkan informasi yang peneliti terima jumlah mahasiswa aktif pada tahun akademik 2016 dan 2017 di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo pada tahun 2022 adalah 600 mahasiswa.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut [14]. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*, dengan memberikan kesempatan yang sama kepada setiap unsure populasi agar terpilih menjadi sampel dalam penelitian. Dari jumlah populasi sebanyak 600 mahasiswa, maka cara menghitung sampel yang relevan dalam penelitian ini di hitung menggunakan Slovin yang dikutip dari penelitian [9]. Rumus yang relevan adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1} \quad (1)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi  
d = Nilai Presisi (dalam penelitian ini ditentukan d = 0,1)

Berdasarkan rumus tersebut di peroleh ukuran sampel :

$$n = \frac{600}{600 (0.1)^2 + 1} = \frac{600}{7} = 86 \quad (2)$$

Perhitungan sampel ini, diperoleh jumlah sampel yang relevan sebanyak 86 mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang sedang mengakses ataupun yang akan mengakses *internet banking*.

## Jenis dan Sumber Data

### a. Jenis data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kuantitatif. Karena data yang digunakan dinyatakan dalam angka dan di analisis dengan teknik statistik. Data kuantitatif adalah data dalam bentuk angka-angka atau data kualitatif yang diangkakan [14].

### b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dimana data tersebut diperoleh langsung dari responden. Sugiyono [14] menjelaskan pada bukunya bahwa data primer merupakan data langsung. Dengan demikian peneliti akan secara langsung mengumpulkan data primer dengan menyebar atau membagikan kuisioner kepada para mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang menggunakan layanan internet banking. Dalam penelitian ini, data primer merupakan jawaban responden atas kuisioner yang telah di kumpulkan.

## Tehnik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan cara menyebarkan kuisioner. Sugiyono [14] menyatakan bahwa teknik pengumpulan data secara langsung dengan menyebarkan pernyataan atau pertanyaan secara tertulis yang harus di jawab oleh responden disebut dengan kuisioner. Kuisioner yang digunakan diadaptasi dari penelitian Aulina [15] dan kuisioner di modifikasi sesuai dengan kebutuhan peneliti saat ini. Kuisioner penelitian ini diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala yang digunakan responden untuk memberi pilihan jawaban menggunakan lima poin yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

## Tehnik Analisis Data

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah nilai yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument, pengumpulan data dalam uji validitas adalah dengan menggunakan kuisioner. Suatu instrument dapat dikatakan valid atau tidak di lihat dengan memadukan indeks korelasi produk setiap manusia dengan level signifikan 5% terhadap nilai kritisnya. Uji validitas menggunakan perhitungan korelasi bivariate person dengan alat bantu SPSS versi 18. Kriteria dalam uji validitas yaitu:

1. Data dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel pada nilai signifikansi 0.05
2. Data dinyatakan tidak valid apabila nilai  $r$  hitung  $\leq r$  tabel pada nilai signifikansi 0.05

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi instrument dalam mengukur indikasi yang sama pada kesempatan yang berbeda. Konsistensi disini berarti kuisioner digunakan untuk mengukur konsep atau struktur dari satu kondisi ke kondisi yang lain. Misalnya kalau kita memiliki kuisioner dan kuisioner tersebut juga mengukur penelitian lain. Menurut Arikunto (2007) metode yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah metode Cronbach Alpha. Dalam penelitian ini menggunakan perhitungan alpha dengan alat bantu SPSS versi 18. Uji data menggunakan nilai signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Kriteria dalam uji reliabel yaitu:

1. Data di katakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha  $\geq r$  tabel
2. Data dikatakan tidak reliabel jika nilai Cronbach's Alpha  $\leq r$  tabel

### c. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Ghozali [16] *path analysis* adalah pengembangan dari analisis regresi linier berganda. *path analysis* ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel bebas dan terikat. Menurut peneliti sebelumnya di lakukan oleh Aulina [15] untuk menilai *path analysis* (analisis jalur) terdapat beberapa langkah diantaranya:

1. Merancang model berdasarkan konsep teori
2. Penelitian terhadap asumsi yang mendasari *analysis path*
3. Perhitungan Koefisien Path
4. Pemeriksaan validitas model Langkah

### Uji Hipotesis

Menurut penelitian yang dilakukan Aulina [15] dengan menggunakan uji signifikansi, nilai  $R^2$ , standardized koefisien beta, dan uji sobel peneliti dapat mengetahui hasil dari uji hipotesis ini, penjelasan dari metode tersebut adalah sebagai berikut:

#### a. Uji Signifikansi

Uji Signifikansi digunakan untuk mengetahui kesimpulan hasil riset. Variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen apabila nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$ . Uji signifikansi dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis yang dibuat diawal penelitian akan diterima atau ditolak. Berdasarkan hal tersebut maka kriteria dalam uji signifikansi adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### b. Nilai $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Uji nilai  $R^2$  digunakan untuk mengetahui berapa persentase dari pengaruh variabel *independen* (X) yang dimasukkan dalam model, mempengaruhi variabel *dependent* (Y) sedangkan sisanya, dipengaruhi oleh variabel *independen* (X) yang tidak dimasukkan ke dalam model. jika koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu maka nilai  $R^2$  dianggap baik. Penjelasan detail karakteristik nilai koefisien korelasi sebagai berikut :

1. Apabila  $R^2 = 0$  berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan variabel Y
2. Apabila  $R^2 = 1$  berarti garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan variabel Y secara sempurna

#### c. Uji sobel

Uji hipotesis mediasi pertama kali di lakukan dan dikembangkan oleh Sobel (1982) yang akhirnya di kenal dengan Uji Sobel. Uji Sobel ini dihitung berdasarkan relevansi antara pengaruh tidak langsung X (Variabel Independen) ke Y (Variabel Dependen) melalui Z (Variabel Intervening). Besarnya *standard error* tidak langsung (*indirect effect*) Sab dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{a^2(S_b)^2 + b^2(S_a)^2 + (S_a)^2(S_b)^2} \quad (3)$$

Keterangan :

- $S_{ab}$  = standard eror tidak langsung
- a = unstandardized coefficients X terhadap Z
- b = unstandardized coefficient Z terhadap Y
- $S_a$  = standard error X terhadap Z
- $S_b$  = standard error Z terhadap Y

Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung maka dapat dihitung dengan rumus:

$$Z = \frac{b}{S_{ab}} \quad (4)$$

Untuk mengkonfirmasi pengaruh tidak langsung, dengan melihat nilai  $Z > 1,96$ . Jika X pada Z relevan, dan Z pada Y juga relevan, maka dapat dianggap bahwa terdapat pengaruh tidak langsung dari X.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji valid atau tidaknya sebuah kuesioner. Uji validitas menggunakan rumus korelasi bivariate person dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 18. Kriteria dalam uji validitas yaitu data dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel pada nilai signifikansi 0.05 sedangkan data dinyatakan tidak valid apabila nilai  $r$  hitung  $\leq r$  tabel pada nilai signifikansi 0.05. Adapun ringkasan uji validitas data dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Perceived Usefulness (X1)**

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0.910	0.2108	Valid
X1.2	0.930	0.2108	Valid
X1.3	0.915	0.2108	Valid
X1.4	0.897	0.2108	Valid
X1.5	0.928	0.2108	Valid
X1.6	0.868	0.2108	Valid

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Perceived Ease of Used (X2)**

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0.851	0.2108	Valid
X2.2	0.880	0.2108	Valid
X2.3	0.915	0.2108	Valid
X2.4	0.864	0.2108	Valid
X2.5	0.859	0.2108	Valid
X2.6	0.914	0.2108	Valid

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Attitude Toward Using Technology (Z)**

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Z1	0.887	0.2108	Valid
Z2	0.884	0.2108	Valid
Z3	0.912	0.2108	Valid
Z4	0.907	0.2108	Valid

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Behavior Intention (Y)**

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0.869	0.2108	Valid
Y2	0.906	0.2108	Valid
Y3	0.920	0.2108	Valid
Y4	0.885	0.2108	Valid

Hasil Dari perhitungan uji validitas dengan SPSS versi 18 menunjukkan bahwa semua data  $r$  hitung  $\geq r$  tabel pada nilai signifikansi 0.05, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua item dalam pernyataan kuesioner ini dikatakan valid, sehingga dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

##### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan rumus alpha. Uji data menggunakan nilai signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Data di katakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha  $\geq r$  tabel (0,2108). Adapun ringkasan uji reliabilitas yaitu sebagai berikut :

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

No. Item	Cronbach's Alpha	r tabel	Keterangan
X1	0.958	0.2108	<i>Reliabel</i>
X2	0.942	0.2108	<i>Reliabel</i>
Z	0.919	0.2108	<i>Reliabel</i>
Y	0.917	0.2108	<i>Reliabel</i>

Berdasarkan tabel diatas maka dapat di peroleh hasil uji reliabilitas bahwa angket X1 sebesar 0.958, angket X2 sebesar 0.942, dan angket Z sebesar 0.919, angket Y sebesar 0.917. berdasarkan besaran angket tersebut maka dapat dinyatakan semua angket reliabel atau konsisten sehingga dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

### 3. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel bebas dan terikat. Berikut adalah hasil uji analisis jalur model 1:

**Tabel 6. Hasil Path Analisis Model satu**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.530	1.009		2.508	.014
	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

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai taraf signifikansi adalah 0.05, maka dapat diketahui untuk perhitungan koefisien jalur model 1 yaitu nilai signifikan *perceived usefulness (X1)* 0.010 kurang dari 0.05 maka berkesimpulan bahwa X1 berpengaruh terhadap *attitude toward using technology (Z)* H<sub>2</sub> diterima. Nilai signifikan *Perceived ease of used (X2)* 0.000 kurang dari 0.05 maka berkesimpulan bahwa X2 berpengaruh terhadap *attitude toward using technology (Z)* H<sub>4</sub> diterima. Setelah mengetahui analisis jalur model satu kemudian beralih ke pembahasan analisis jalur model kedua yaitu sebagai berikut :

**Tabel 7. Hasil Path Analisis Model Kedua**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.713	1.033		1.657	.101
	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

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai taraf signifikansi adalah 0.05, maka dapat diketahui hasil output analisis jalur model kedua yaitu nilai signifikan *perceived usefulness* sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05 maka dapat diartikan bahwa *perceive usefulness* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (Y) hal ini berarti bahwa H<sub>1</sub> diterima. Nilai signifikansi *perceived ease of used* sebesar 0.082 lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of used* (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (Y) hal ini berarti bahwa H<sub>3</sub> ditolak. Nilais signifikansi *attitude toward using technology* sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *attitude toward using technology* (Z) berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (Y) hal ini berarti bahwa H<sub>5</sub> diterima.

**Tabel 8. Hasil R Square Analisis Jalur Model Satu**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 <sup>a</sup>	.696	.689	2.01360

a. Predictors: (Constant), Perceived Ease of Used, Perceived Usefulness

Berdasarkan tabel diatas diketahui *R Square* adalah sebesar 0.696 maka dapat diartikan bahwa sumbangan pengaruh variabel *perceived usefulness* (X1) dan *perceived ease of used* (X2) adalah sebesar 69.6%. sedangkan nilai e1 dapat diketahui dengan rumus  $e1 = \sqrt{1-0.696} = 0.551$ .

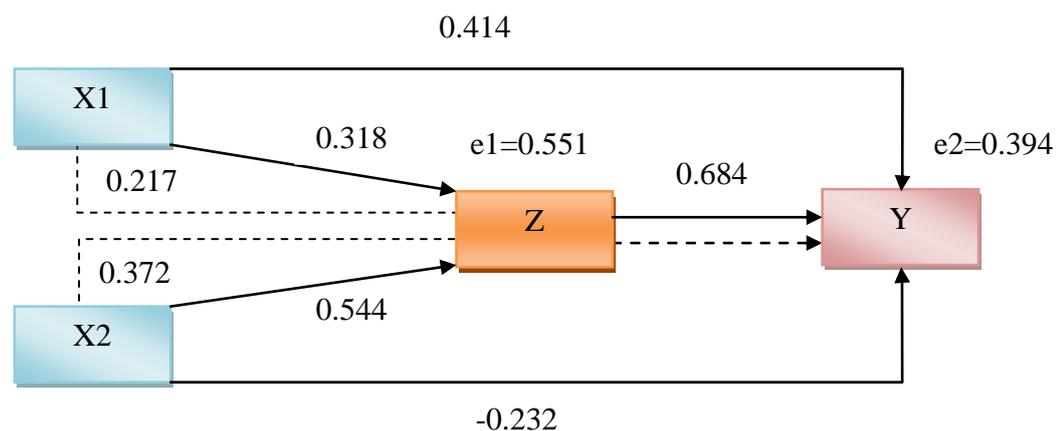
**Tabel 9. Hasil R Square Analisis Jalur Model Kedua**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.845 <sup>a</sup>	.713	.703	1.98969

a. Predictors: (Constant), Attitude Toward Using Technology, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Used

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui *R Square* adalah sebesar 0.713 maka dapat diartikan bahwa sumbangan pengaruh variabel *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of used* (X2), dan *attitude toward using technology* (Z) adalah sebesar 84.5%. Sedangkan nilai e2 dapat diketahui dengan rumus  $e2 = \sqrt{1-0.845} = 0.394$ . Dengan begitu dapat diketahui struktur diagram jalur model 1 dan 2 adalah sebagai berikut:

**Gambar 1. Diagram Analisis Jalur Model Satu dan Dua**



Berdasarkan gambar diatas maka dapat diketahui bahwa nilai *standardized koefisien beta perceived usefulness* (X1) terhadap *attitude toward using technology* (Z) adalah 0.318, nilai *standardized koefisien beta perceive ease of used* (X2) terhadap *attitude toward using technology* (Z) adalah 0.544, sedangkan nilai *standardized koefisien beta perceived usefulness* (X1) terhadap *behavior intention* (Y) adalah 0.414, dan nilai *standardized koefisien beta perceived ease of used* (X2) terhadap *behavior intention* (Y) adalah -0.232. nilai *standardized koefisien beta* atau bisa disebut juga dengan pengaruh langsung antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y.

Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara variabel X1 terhadap variabel Y melalui variabel Z maka dapat di hitung dengan rumus  $0.318 \times 0.684 = 0.217$  maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung antara *variable perceived usefulness* (X1) terhadap *behavior intention* (Y) melalui *attitude toward using technology* (Z) adalah sebesar 0.217.

Sedangkan pengaruh tidak langsung antara variabel X2 terhadap variabel Y melalui variabel Z dapat di hitung dengan rumus  $0.544 \times 0.684 = 0.372$  maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung *variable perceived ease of used* (X2) terhadap *Behavior intention* (Y) melalui *attitude toward using technology* (Z) adalah sebesar 0.372.

#### 4. Uji Sobel

Uji ini dikembangkan oleh sobel dan dikenal dengan *sobel test* untuk mengetahui pengaruh variabel mediator. Uji sobel digunakan untuk mengetahui pengaruh *variable independen perceived usefulness* (X1) dan *perceived ease of used* (X2) terhadap *variable dependen behavior intention* melalui *attitude toward using technology* (Z) sebagai *variable intervening*. Besarnya *standard error* tidak langsung (*indirect effect*) Sab dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{(0.213)^2(0.108)^2 + (0.691)^2(0.081)^2 + (0.108)^2(0.081)^2} = \sqrt{0.00373} = 0.0611 \quad (5)$$

Untuk mengetahui nilai signifikansi pengaruh tidak langsung maka dapat dihitung dengan rumus:

$$Z = \frac{0.691}{0.0611} = 11.309 \quad (6)$$

Perhitungan pengaruh uji sobel X2 terhadap Y melalui variabel intervening Y adalah sebagai berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{(0.356)^2(0.108)^2 + (0.691)^2(0.079)^2 + (0.108)^2(0.079)^2} = \sqrt{0.00453} = 0.0673 \quad (7)$$

Untuk mengetahui nilai signifikansi pengaruh tidak langsung maka dapat dihitung dengan rumus:

$$Z = \frac{0.691}{0.0673} = 10.267 \quad (8)$$

Taraf signifikansi dalam uji ini dengan nilai 5% adalah 1.96.

**Tabel 10. Hasil Uji Sobel**

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

Berdasarkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *variable attitude toward using technology* (Z) memediasi *variable perceived usefulness* (X1) dan *variable perceive ease of used* (X2) terhadap *variable behavior intention* (Y) karena nilai Z hitung lebih besar dari nilai Z tabel. Adapun hasil pengukuran menunjukkan nilai variabel X1 terhadap variabel Y melalui variabel Z adalah sebesar 11.309. Nilai tersebut menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai Z hitung 1.96 maka dapat diartika

bahwa  $H_6$  diterima. maka dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung *perceived usefulness* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (Y) melalui *variabel intervening* yaitu *attitude toward using technology* (Z).

Sedangkan hasil pengukuran menunjukkan variabel X2 terhadap variabel Y melalui variabel Z adalah sebesar 10.267. Nilai tersebut menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai Z hitung 1.96 maka dapat diartikan bahwa  $H_7$  diterima. maka dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung *perceived ease of used* (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (Y) melalui *attitude toward using technology* (Z) sebagai *variable intervening*.

## B. Pembahasan

### 1. H1 Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) X1 berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavior intention*) Y

Menurut Davis [3], mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai bagian dari *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai tingkat dimana seseorang percaya dengan menggunakan sistem tertentu untuk meningkatkan kinerjanya. Untuk mengetahui pengaruh X1 terhadap Y berdasarkan tabel 7 dengan menggunakan analisis jalur menunjukkan hasil bahwa variabel *perceived usefulness* (X1) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavior intention* (Y). Maka dapat diartikan bahwa adanya manfaat dan kegunaan yang dirasakan responden sehingga semakin tertarik dalam menggunakan internet banking.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Permana [5] yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*. Begitu pula dengan penelitian Bangkara & Mimba [9] menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat (*intention*) atau dapat diartikan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif pada minat terhadap penggunaan *internet banking* pada usaha dagang di Kota Denpasar, maka dapat di definisikan bahwa semakin besar kegunaan persepsian yang diterima, maka semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan teknologi.

### 2. H2 Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) X1 berpengaruh terhadap sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) Z

Kegunaan persepsian merupakan keyakinan seseorang akan manfaat atas penggunaan suatu teknologi. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mempunyai manfaat dalam penggunaannya maka dia akan menggunakan sistem tersebut, sebaliknya apabila seseorang mempercayai bahwa menggunakan sistem informasi dirasa tidak mempunyai manfaat maka dia tidak akan menggunakan sistem tersebut. Untuk mengetahui pengaruh X1 terhadap Z dari pengujian analisis jalur berdasarkan tabel 6 memperoleh hasil bahwa *perceived usefulness* (X1) mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap *attitude toward using technology* (Z). Hal tersebut dapat diartikan bahwa adanya kebermanfaatan layanan *internet banking* yang dirasakan responden sehingga mereka ingin menggunakan *internet banking*.

Pernyataan tersebut konsisten dengan hasil penelitian dari Bangkara & Mimba [9] yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using technology*. Penelitian Indriastuti [7] juga membuktikan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap sikap.

### 3. H3 Kemudahan kegunaan persepsian (*perceived ease of used*) X2 tidak berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavior intention*) Y

Kemudahan kegunaan persepsian dapat diartikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi adalah hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya. Semakin kecil kemudahan yang dirasakan maka semakin rendah juga minat seseorang menggunakan internet banking. Hasil pengujian tentang pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y menggunakan analisis jalur berdasarkan tabel 7 dengan nilai signifikansi *perceived ease of used* sebesar 0.082 lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of used* (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (Y) hal ini berarti bahwa  $H_3$  ditolak. Hal tersebut berarti responden tidak meyakini bahwa *internet banking* merupakan hal yang mudah dan fleksibel dalam penggunaannya. Sehingga membuktikan bahwa kemudahan layanan internet banking bukan sebagai faktor utama alat bertransaksi.

Sesuai dengan penelitian Aulina [15] menunjukkan hasil penelitian bahwa tidak terdapat pengaruh *perceived ease of used* terhadap *behavior intention*, hal tersebut di buktikan dengan menyatakan bahwa pembelian secara online melalui *i-banking* bukan sebagai alat pembayaran utama. Para pengguna masih memilih menggunakan ATM dan Cash On Delivery (COD) sebagai pilihan pertama alat

pembayaran. Sebaliknya dengan penelitian yang dilakukan oleh Indriastuti [7] menunjukkan bahwa *perceived ease of used* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*.

**4. H4 Kemudahan kegunaan persepsian (*perceived ease of used*) X2 berpengaruh terhadap sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) Z**

Apabila seseorang percaya bahwa dengan menggunakan *i-banking* akan mempermudah seseorang dalam bertransaksi maka dia akan menggunakan layanan *internet banking* tersebut. Dan sebaliknya jika seseorang percaya bahwa menggunakan *internet banking* tidak mempermudah seseorang dalam bertransaksi maka dia tidak akan menggunakannya. Hasil dari pengujian hipotesis tentang pengaruh X2 terhadap Z dengan menggunakan analisis jalur berdasarkan tabel 6 menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived ease of used* (X2) terhadap *attitude toward using technology* (Z), hal tersebut berarti bahwa responden meyakini bahwa *i-banking* merupakan hal yang fleksibel dan mudah dalam penggunaannya, sehingga responden menggunakan *internet banking*.

Pernyataan tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulina [15] yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh langsung terhadap *attitude toward using technology* atau dapat diartikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif pada sikap penggunaan internet banking pada usaha dagang dikota Denpasar. Sebaliknya dengan penelitian yang dilakukan oleh Permana [5] menyatakan bahwa kemudahan persepsian (*perceived ease of use*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap penggunaan technology (*attitude toward using technology*).

**5. H5 Sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) Z berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavior intention*) Y**

Hasil dari pengujian hipotesis tentang variabel Z terhadap variabel Y berdasarkan tabel 7 menggunakan analisis jalur membuktikan bahwa *variable attitude toward using technology* (Z) berpengaruh positif secara signifikan terhadap *behavior intention* (Y). berarti hal tersebut menunjukkan bahwa responden telah menerima sistem *internet banking* sebagai alat bertransaksi dan responden telah menggunakannya.

Pernyataan tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Indriastuti [7] yang menunjukkan bahwa *attitude* (sikap) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to use* (minat). Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulina [15] menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan *attitude toward using technology* terhadap *intention to use*. Sikap penggunaan *internet banking* akan terbentuk jika seseorang memutuskan akan menggunakan *internet banking* atau tidak.

**6. H6 Sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) Z memediasi kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) X1 terhadap niat perilaku (*behavior intention*) Y**

Hasil pengujian hipotesis pengaruh variabel X1 terhadap Y melalui Z sebagai *variable intervening* dengan menggunakan uji sobel berdasarkan tabel 10 membuktikan bahwa *perceived usefulness* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (Y) melalui *attitude toward using technology* (Z) atau dengan penjelasan hipotesis bahwa *attitude toward using technology* mampu memediasi *perceived usefulness* terhadap *behavior intention*. Hal tersebut berarti bahwa keputusan pengguna *internet banking* sebagai alat bertransaksi di pengaruhi oleh kegunaan dari penggunaan *internet banking*, sehingga penggunaannya memutuskan untuk menggunakan *internet banking*.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulina [15] yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara *perceived usefulness* terhadap *behavior intention* melalui *attitude toward using technology*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Bangkara & Mimba [9] yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif pada *intention* (minat) melalui *attitude toward using technology* sebagai *variable intervening*.

**7. H7 Sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) Z memediasi kemudahan kegunaan persepsian (*perceived ease of used*) X2 terhadap niat perilaku (*behavior intention*) Y**

Hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y melalui Z sebagai *variable intervening* dengan menggunakan uji sobel berdasarkan tabel 10 membuktikan bahwa adanya pengaruh secara signifikan antara *perceived ease of used* (X1) terhadap *behavior intention* (Y) melalui *attitude toward using technology* (Z) atau penjelasan hipotesis bahwa *attitude toward using technology* mampu memediasi *perceived ease of used* terhadap *behavior intention*. Hal tersebut berarti bahwa keputusan responden menggunakan *i-banking* sebagai alat bertransaksi di pengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakan *i-banking* sehingga responden dapat memutuskan untuk menggunakan *i-banking*.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulina [15] yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara *perceived ease of used* terhadap *behavior intention* melalui *attitude toward using technology*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Bangkara & Mimba [9] menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif pada minat (*intention*) melalui *attitude toward using technology* sebagai *variable intervening*.

## V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah di jelaskan adalah sebagai berikut :

1. *Perceived usefulness* (kegunaan persepsian) berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (niat perilaku) pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berarti hal tersebut menunjukkan bahwa adanya manfaat dan kegunaan yang dirasakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sehingga semakin tertarik untuk menggunakan *internet banking*.
2. *Perceived usefulness* (Kegunaan persepsian) berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude toward using technology* (sikap penggunaan teknologi) pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hal tersebut berarti bahwa adanya kegunaan dan manfaat yang dirasakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sehingga mereka ingin menggunakan *internet banking*.
3. *Perceived ease of used* (kemudahan kegunaan persepsian) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (niat perilaku) pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hal tersebut berarti bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo tidak meyakini bahwa *internet banking* merupakan hal yang mudah dan fleksibel dalam penggunaannya sehingga sebagian mahasiswa tidak mempunyai niat untuk menggunakan *internet banking*.
4. *Perceived ease of used* (kemudahan kegunaan persepsian) berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude toward using technology* (sikap penggunaan teknologi) pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hal tersebut berarti bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo meyakini bahwa *internet banking* merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dalam penggunaannya, sehingga mahasiswa ingin menggunakan *internet banking*.
5. *Attitude toward using technology* (sikap penggunaan teknologi) berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (niat perilaku) pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo telah menerima sistem *internet banking* sebagai alat bertransaksi dan telah menggunakannya.
6. *Perceived usefulness* (kegunaan persepsian) berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (niat perilaku) melalui *attitude toward using technology* sikap penggunaan teknologi sebagai *variable intervening* atau dengan kata lain sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) mampu memediasi kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) terhadap niat perilaku (*behavior intention*). Hal tersebut berarti bahwa keputusan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo untuk memakai *internet banking* sebagai alat bertransaksi dipengaruhi oleh kegunaan dan manfaat dari penggunaan *internet banking* sehingga mahasiswa memutuskan untuk menggunakan *internet banking*.
7. *Perceived ease of used* (kemudahan kegunaan persepsian) berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* (niat perilaku) melalui *attitude toward using technology* (sikap penggunaan teknologi) atau dapat dijelaskan bahwa sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) mampu memediasi kemudahan kegunaan persepsian (*perceived ease of used*) terhadap niat perilaku (*behavior intention*). Hal tersebut berarti bahwa keputusan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo untuk menggunakan *internet banking* sebagai alat bertransaksi dipengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakan *internet banking* sehingga mahasiswa dapat memutuskan untuk menggunakan *internet banking*.

## UCAPAN TERIMA KASIH

1. Kepada orang tua serta keluarga tercinta yang selalu member dukungan do'a dan jua materil, dan juga kasih saying
2. Kepada suami dan anak tersayang yang selalu memberi dukungan juga do'a dan kasih sayang

## REFERENSI

- [1] "Pertumbuhan SMS/Mobile Banking di Indonesia," *Sharing Vision*, 2019. <https://sharingvision.com/2015/pertumbuhan-smsmobile-banking-di-indonesia/>
- [2] A. I. Junida, "BRI catat kenaikan pengguna internet banking hingga 24 juta nasabah," *Antara Kantor Berita Indonesia*, 2020. <https://www.antaraneews.com/berita/1612282/bri-catat-kenaikan-pengguna-internet-banking-hingga-24-juta-nasabah>

- [3] F. D. Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. University of Minnesota, 1989.
- [4] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. 2003.
- [5] G. P. L. Permana, "Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Internet Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Dengan Penambahan Peran Motivasi Extrinsic dan Intrinsic," 2017.
- [6] H. M. Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, Edisi Revi. Yogyakarta: Andi, 2007.
- [7] H. Indriastuti, "Consumer Acceptance Mobile Banking di Bank Swasta Indonesia," *J. Ekon. Manajeme dan Akuntansi*, 2020.
- [8] F. D. Davis, *User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perception and Behavioral Impacts*. 1993.
- [9] R. P. Bangkara and N. P. S. H. Mimba, "Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana," *Akunt. Univ. Udayana*, vol. 16, no. 3, pp. 2408–2434, 2016.
- [10] S. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [11] I. Tirtana and S. P. Sari, "Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking," 2014.
- [12] M. Ladesman, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi pada BSM Cabang Bandar Jaya)," 2018.
- [13] S. Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2001.
- [14] S. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [15] R. Aulina, "Pengaruh Teknologi Acceptance Model (TAM) pada Intention to Use Internet Banking Perbankan Syariah dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening: Studi pada Mahasiswa Pelaku Usaha di Kota Malang," *Skripsi. Fak. Ekon. Univ. Islam Malang Maulana Malik Ibrahim*, pp. 59–60, 2018, [Online]. Available: <http://etheses.uin-malang.ac.id/12751/%0Ahttps://lens.org/110-695-972-725-818>
- [16] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*