



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI
NASABAH TERHADAP LAYANAN *INTERNET BANKING* DENGAN
MENGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY*
ACCEPTANCE MODEL (TAM)

(Studi Empiris pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jember)

SKRIPSI

oleh:

Wulan Nur Firdauzi

NIM: 13 1042 1095

FAKULTAS EKONOMI
PRODI AKUNTANSI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2017



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI
NASABAH TERHADAP LAYANAN *INTERNET BANKING* DENGAN
MENGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY*
ACCEPTANCE MODEL (TAM)

(Studi Empiris pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jember)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember dan
salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

oleh:

Wulan Nur Firdauzi

NIM: 13 1042 1095

FAKULTAS EKONOMI
PRODI AKUNTANSI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2017

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI
NASABAH TERHADAP LAYANAN *INTERNET BANKING* DENGAN
MENGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY*
ACCEPTANCE MODEL (TAM)

(Studi Empiris pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jember)

oleh:

Wulan Nur Firdauzi

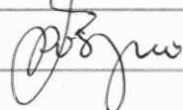
NIM: 13 1042 1095

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dra. Yulinartati, MM, Akt, CA



Dosen Pembimbing Pendamping : Ade Puspito, SE



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wulan Nur Firdauzi

NIM : 1310421095

Prodi : Akuntansi/S1

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI NASABAH TERHADAP LAYANAN INTERNET BANKING DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* (Studi Empiris pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jember) adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, ... Oktober 2017

Yang menyatakan,

Wulan Nur Firdauzi

NIM. 1310421095

LEMBAR PENGESAHAN

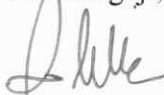
Skripsi berjudul :ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI NASABAH TERHADAP LAYANAN *INTERNET BANKING* DENGAN KERANGKA *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* (Studi Empiris pada Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember)

Hari : Senin

Tanggal : 30 Oktober 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

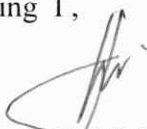
Tim Penguji,



Dyah Probowulan, SE, MM

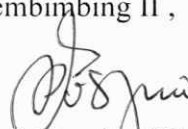
NPK. 05 03 524

Pembimbing I,



Dra. Yulinartati, MM, Akt, CA
NPK : 95 10 255

Pembimbing II,



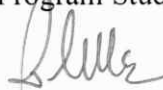
Ade Puspito, SE
NPK : 05 12 418

Mengesahkan :



Dekan,
Dr. Arik Susblyani, SE, M.Si
NPK : 01 09 289

Ketua Program Studi,



Dyah Probowulan SE, M.M
NPK : 05 03 524

MOTTO

“Ingatlah Tuhan mu dalam Hati mu dengan rendah hati dan rasa takut, dan dengan tidak mengeraskan suara, pada waktu pagi dan petang, dan jangan lah kamu termasuk orang-orang yang lengah”

(QS. Al-A’Raf : 205)

“Orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan, mereka itu penghuni surga dan mereka akan kekal didalamnya.”

(QS. Al.Baqarah: 82)

“Sebaik-baiknya Manusia adalah Manusia yang paling bermanfaat untuk sesamanya”

(HR. Al-Bukhori)

“Orang goblok sulit dapat kerja, akhirnya usaha sendiri dan ketika sukses orang goblok mempekerjakan orang pintar.”

(Bob Sadino)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran dalam proses pengerjaan skripsi saya, sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Saya persembahkan karya saya yang penuh perjuangan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan saya kehidupan dengan segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Pendidikan saya sebagai bentuk ibadah kepada-Nya.
2. Orang tua ku yang sangat aku cintai terutama Papa ku (P.Taufik) yang telah mendukung dan sangat menyayangi saya dan juga selalu memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi saya , sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan penuh rasa bangga.
3. Bapak Angkat saya yang selalu memberikan jalan kemudahan dalam penyusunan skripsi saya.
4. Dosen pembimbing saya (Bapak Ade Puspito) yang dengan sabar membimbing dan selalu memberikan arahan dalam penyusunan skripsi saya.
5. Kakak-kakak dan ponakan ku tercinta ku yang selalu menghibur saya dalam penyusunan skripsi.
6. Demo yang selalu sabar mencintai dan menyayangi saya, selalu sedia membantu saya, dan selalu sabar dalam membantu saya menyusun hingga menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
7. Sahabat saya Cindy Fatca Sari yang telah setia menjadi tempat curhatan dalam penyusunan skripsi, dan telah menjadi teman setia saya selama berada di Universitas Muhammadiyah Jember.
8. Keluarga Kost Abu-Abu Monyet yaitu Lala, Nisa, Vira, Septa, Nopi, dan Mbak yanti yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama penyusunan skripsi saya.

9. Teman-Teman Akuntansi B angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Jember.
10. Semua pihak yang telah membantu dengan tulus dan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti atas faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap layanan *internet banking* dengan menggunakan pendekatan *technology acceptance model (TAM)*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Bank khususnya Bank Syariah Mandiri Jember agar dapat memberikan pelayanan yang lebih mudah bagi para nasabahnya.

Objek dari penelitian ini adalah para nasabah Bank Syariah Mandiri Jember yang menggunakan layanan *internet banking*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisioner secara langsung dengan metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Personalisasi berpengaruh terhadap persepsi manfaat dalam menggunakan layanan *internet banking*, Personalisasi berpengaruh terhadap persepsi kemudahan dalam menggunakan layanan *internet banking*. Kemampuan menggunakan komputer berpengaruh terhadap persepsi manfaat dalam menggunakan layanan *internet banking*. Kemampuan menggunakan komputer berpengaruh terhadap persepsi kemudahan dalam menggunakan layanan *internet banking*. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap persepsi manfaat dalam menggunakan layanan *internet banking*. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap persepsi kemudahan dalam menggunakan layanan *internet banking*.

Kata Kunci: Persepsi Kemanfaatan dalam menggunakan layanan *internet banking (Perceived Usefulness)*, Persepsi Kemudahan dalam menggunakan layanan *internet banking (Perceived Ease Of Use)*, Personalisasi, Kemampuan menggunakan Komputer, Kepercayaan.

ABSTRACT

This study aims to analyze and obtain evidence of the factors that affect the perception of customer toward internet banking service by using the approach of technology acceptance model (tam). The results of this research expected can give contribution to the Bank Syariah Mandiri cabang Jember in order to provide its service more convenient for its customer.

The Object of this research is the customers of Bank Syariah Mandiri Jember that uses the internet banking service. The data used in this research is primary data, and data collection was done using questionnaires directly by the method of purposive sampling.

The results of this study show that personalization affect the perceived benefits of using internet service of banking, personalization affect the perceived ease in using the internet banking service, ease of computer use influence the perception of benefits in using internet banking service, the ability to use a computer affect the perceived easa in using the internet banking service, trust did of not influence the perception of benefits in using internet banking service, trust does not affect the perception of ease in using the internet banking service.

Keywords: Perceived Usefulness, Percieved Ease Of Use , Personalization, Ability to use a computer , and trust.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur hanya kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, dan memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi sehingga tersusunlah skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap layanan *internet banking* dengan menggunakan pendekatan kerangka *technology acceptance model (tam)* (Studi kasus pada nasabah Bank Syariah Mandiri Jember). Skripsi ini di susun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Unibersitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan saya kehidupan dengan semua limpahan rezeki dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Pendidikan saya sebagai bentuk ibadah kepada-Nya.
2. Ibu Dr.Arik Susbiyani, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhaamdiyah Jember.
3. Ibu Diyah Probowulan, SE, M.M selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Nina Martiana, SE, M. Kom, Ak, CA selaku sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Ibu Dr. Yulinartati, MM, Akt, CA selaku Dosen Pembimbing Utama, yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan motivasi kepada penulis.
6. Bapak Ade Puspito, SE selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan motivasi kepada penulis.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PEMBIMBING.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	7
2.1.2 Persepsi	8
2.1.3 Nasabah.....	8
2.1.4 Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>).....	8
2.1.5 Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease Of Use</i>)	9
2.1.6 Layanan Internet Banking.....	10
2.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penerimaan Nasabah terhadap penerimaan Layanan <i>Internet Banking</i>	11
2.2.1 Personalisasi	11
2.2.2 Kepercayaan	12
2.2.3 Kemampuan menggunakan <i>computer</i>	13

2.3 Riset Peneliti terdahulu	14
2.4 Pengembangan Hipotesis	22
2.4.1 Pengaruh Personalisasi Terhadap Persepsi Manfaat dalam menggunakan <i>Internet Banking</i>	22
2.4.2 Pengaruh Personalisasi terhadap persepsi kemudahan dalam menggunakan <i>Internet Banking</i>	22
2.4.3 Pengaruh kemampuan mengakses Teknologi Informasi terhadap persepsi pengguna atas manfaat yang diperoleh dari <i>Internet Banking</i>	23
2.4.4 Persepsi Kemampuan mengakses Teknologi Informasi terhadap persepsi pengguna atas kemudahan <i>menggunakan Internet Banking</i>	23
2.4.5 Pengaruh Kepercayaan Seseorang Terhadap Persepsi Manfaat Dalam Penggunaan <i>Internet Banking</i>	24
2.4.6 Pengaruh Antara Kepercayaan Seseorang Terhadap Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan <i>Internet Banking</i>	25
2.5 Kerangka Konseptual	26
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel	27
3.3 Jenis dan Sumber Data	28
3.4 Teknik Pengumpulan data.....	29
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	30
3.5.1 Variabel <i>Dependen</i>	30
3.5.2 Variabel <i>Independen</i>	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
3.6.1 Uji Validitas.....	32
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.6.5 Pengujian Hipotesis	35
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.1.1 Riwayat Singkat Perusahaan.....	38
4.1.2 Identitas Perusahaan	39
4.1.3 Bidang Usaha.....	40
4.1.4 Produk dan jasa yang ditawarkan	42
4.2 Analisis Data	56
4.2.1 Uji Kualitas Data	56
4.2.1.1 Uji Validitas	56
4.2.1.2 Uji Realibilitas	58
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	59

4.2.2.2 Uji Multikolonieritas.....	63
4.2.2.3 Uji Heteroskidastisitas	65
4.3 Analisis Regresi Model 1	67
Analisis Regresi Model 2	69
4.3.1 Uji Hioptesis	70
4.3.1.1 Koefisien Determinasi	70
4.3.1.2 Uji F	70
4.3.1.3 Uji T.....	71
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.4.1 Pengaruh Personalisasi terhadap persepsi manfaat dalam menggunakan <i>Internet Banking</i>	76
4.4.2 Pengaruh Personalisasi terhadap persepsi manfaat dalam menggunakan <i>Internet Banking</i>	76
4.4.3 Pengaruh Kemampuan menggunakan komputer terhadap persepsi pengguna dalam manfaat yang diperoleh menggunakan <i>Internet Banking</i>	76
4.4.4 Pengaruh Kemampuan menggunakan komputer terhadap persepsi kemudahan dalam menggunakan <i>Internet Banking</i>	77
4.4.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap persepsi manfaat dalam menggunakan <i>Internet Banking</i>	77
4.4.6 Pengaruh Kepercayaan terhadap persepsi kemudahan dalam menggunakan <i>Internet Banking</i>	78
BAB 5 PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	80
5.3 Saran.....	80
Daftar Pustaka	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Hasil Uji Validitas variabel Personalisasi.....	56
4.2 Hasil Uji Validitas variabel Kemampuan menggunakan computer	57
4.3 Hasil Uji Validitas variabel Kepercayaan.....	57
4.4 Hasil Uji Validitas variabel Persepsi Manfaat.....	57
4.5 Hasil Uji Validitas variabel Persepsi Kemudahan.....	58
4.6 Hasil Uji Realibilitas.....	59
4.7 Hasil Uji Normalitas (Analisis Statistik) Persepsi Manfaat	62
4.8 Hasil Uji Normalitas (Analisis Statistik) Persepsi Kemudahan	63
4.9 Hasil Uji Uji Multikolonieritas Persepsi Manfaat	64
4.10 Hasil Uji Multikolonieritas Persepsi Kemudahan	65
4.11 Coeffisien Hasil Regresi Persepsi Manfaat	67
4.12 Coeffisien Hasil Regresi Kemudahan.....	69
4.13 Hasil Perhitungan Nilai Koefesien determinasi (PU) (<i>R Square</i>)	71
4.14 Hasil Perhitungan Nilai Koefesien determinasi (PEU) (<i>R Square</i>).....	71
4.15 Hasil Uji F (PEU)	72
4.16 Hasil Uji F (PU).....	72
4.17 Hasil Perhitungan Uji T (PU)	73
4.18 Hasil Perhitungan Uji T (PEU).....	73

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuisisioner	84
Lampiran B Hasil Tabulasi Data	90
Lampiran C Hasil Uji Statistik Deskriptif	96
Lampiran D Hasil Uji Validitas Data.....	98
Lampiran E Hasil Uji Reliabilitas	103
Lampiran F Hasil Uji Normalitas.....	110
Lampiran G Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	116
Lampiran H Hasil Uji Multikolinieritas.....	119
Lampiran I Hasil Uji Hipotesis (Model 1)	122
Lampiran J Hasil Uji Hipotesis (Model 2)	124
Lampiran K Dokumentasi Penelitian.....	126