

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
INTISARI.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaaf Penelitian	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	9

2.1.1.	<i>Internet Banking</i>	9
2.1.2.	<i>Theory of Planned Behavior</i>	9
2.1.3.	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	10
2.1.4.	Minat Penggunaan	11
2.1.5.	Persepsi Manfaat	11
2.1.6.	Persepsi Kemudahan	12
2.1.7.	Persepsi Kesesuaian	12
2.1.8.	Persepsi Risiko	13
2.1.9.	Teknologi Informasi	13
2.2.	Penelitian Terdahulu	14
2.3.	Perumusan Hipotesis	16
2.3.1.	Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>	16
2.3.2.	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>	17
2.3.3.	Pengaruh Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>	17
2.3.4.	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>	18
2.3.5.	Pengaruh Moderasi Teknologi Informasi dalam Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kesesuaian dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>	19

	2.4. Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III	: METODE PENELITIAN	
	3.1. Jenis Penelitian.....	22
	3.2. Populasi dan Sampel	22
	3.3. Jenis Data	23
	3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	24
	3.5. Teknik Analisis Data.....	25
	3.5.1. Analisis Deskripsi Variabel	25
	3.5.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	26
	3.5.2.1. Uji Validitas	26
	3.5.2.2. Uji Reliabilitas.....	26
	3.5.3. <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	27
	3.5.4. Pengujian Hipotesis	28
	3.5.4.1. Uji Statistik t.....	28
	3.5.4.2. Uji Model	28
	3.5.4.3. Koefisien Determinasi.....	28
	3.5.5. Uji Efek Moderasi	29
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Hasil Penelitian	30
	4.1.1. Jenis Kelamin Responden.....	30
	4.1.2. Frekuensi Penggunaan <i>Internet Banking</i>	30
	4.1.3. Lama Responden Menjadi Nasabah	31
	4.2. Analisis Kuantitatif	31

4.2.1. Statistik Deskriptif.....	32
4.2.1.1. Deskripsi Variabel Persepsi Manfaat	32
4.2.1.2. Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan	33
4.2.1.3. Deskripsi Variabel Persepsi Kesesuaian	34
4.2.1.4. Deskripsi Variabel Persepsi Risiko	35
4.2.1.5. Deskripsi Variabel Teknologi Informasi.....	36
4.2.1.6. Deskripsi Variabel Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>	37
4.2.2. Uji Instrumen	38
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	39
4.2.3.1. Uji Multikolinieritas	39
4.2.3.2. Uji Heterokedastisitas.....	40
4.2.3.3. Uji Normalitas	42
4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.2.5. Pengujian Hipotesis	44
4.2.6. Analisis Koefisien Determinasi	46
4.2.7. Analisis <i>Moderated Regreeion Analysis</i> (MRA).....	47
4.3. Pembahasan.....	50
4.3.1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat menggunakan <i>Internet Banking</i>	50
4.3.2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan <i>Internet Banking</i>	51
4.3.3. Pengaruh Persepsi Kesesuaian terhadap Minat	

	menggunakan <i>Internet Banking</i>	51
4.3.4.	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat menggunakan <i>Internet Banking</i>	52
4.3.5.	Pengaruh Moderasi Teknologi Informasi dalam Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kesesuaian dan Persepsi Risiko terhadap Minat menggunakan <i>Internet Banking</i>	53
 BAB V : PENUTUP		
5.1.	Kesimpulan	56
5.2.	Saran.....	58
5.3.	Implikasi Manajerial	59
5.4.	Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang	60
5.4.1.	Keterbatasan Penelitian	60
5.4.2.	Agenda Penelitian Mendatang	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Perbandingan Pengguna Internet dan Internet Banking di Indonesia.....	2
1.2 Transaksi Internet Banking BNI di Kantor Cabang Semarang.....	2
2.1 Penelitian Terdahulu	14
3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran	24
4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
4.2 Frekuensi Penggunaan Internet Banking	30
4.3 Lama Responden Menjadi Nasabah.....	31
4.4 Hasil Jawaban Indikator Persepsi Manfaat	32
4.5 Hasil Jawaban Indikator Persepsi Kemudahan	33
4.6 Hasil Jawaban Indikator Persepsi Kesesuaian	34
4.7 Hasil Jawaban Indikator Persepsi Risiko	35
4.8 Hasil Jawaban Indikator Teknologi Informasi	37
4.9 Hasil Jawaban Indikator Minat Menggunakan Internrt Banking.....	38
4.10 Uji Validitas	39
4.11 Uji Reliabilitas	40
4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	41
4.13 Hasil Uji Glejser.....	41
4.14 Uji Normalitas	42
4.15 Analisis Regresi Linier Berganda	43

4.16 Hasil Uji t.....	44
4.17 Koefisien Determinasi.....	46
4.18 Hasil Uji MRA Persamaan 1.....	47
4.19 Hasil Uji MRA Persamaan 2.....	47
4.20 Hasil Uji MRA Persamaan 3.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	10
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	21
4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Hasil Kuesioner
3. Output Frekuensi Jawaban Responden
4. Tabel - r
5. Output Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas
6. Output MRA