

Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking*

Oleh :
Sartika Sari Ayu Tjini
0910230125

Dosen Pembimbing :
Dr. Zaki Baridwan SE., M.Si., Ak.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi minat untuk menggunakan layanan *internet banking* dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang dengan menggunakan metode survei. Peneliti memperoleh respon sebanyak 125 orang mahasiswa Jurusan Akuntansi yang menggunakan layanan *internet banking*. Analisis dilakukan dengan menggunakan Software Smart PLS. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa konstruk sikap berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan *internet banking*, serta konstruk kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap untuk menggunakan layanan *internet banking*. Sebaliknya, konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap digunakannya layanan *internet banking*. Hal ini berarti bahwa minat untuk menggunakan layanan *internet banking* dipengaruhi oleh sikap, serta variabel sikap dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak manajemen bank dan analisis *internet banking* agar memperhatikan kembali faktor sikap, kepercayaan dan kenyamanan dalam menerapkan dan mengembangkan transaksi *internet banking* pada sistem perbankannya.

Kata Kunci: *Technology Acceptance Model* (TAM), *internet banking*, minat, sikap, kepercayaan, persepsi kenyamanan.

The Impact of Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment to Intention Usage Internet Banking System

Arranged by :
Sartika Sari Ayu Tjini
0910230125

Advisory Lecturer :
Dr. Zaki Baridwan, SE., M.Si., Ak.

Abstract

This study purposes to examine the factors that influence intention to use internet banking services by modified a model of Technology Acceptance Model (TAM) developed by Davis in 1989. This research was conducted at Economic and Business Faculty of Brawijaya University in Malang by use a sample survey methodology. Researcher has got response from 125 students of Accounting Majors who ever use internet banking. The data were analyzed by using Partial Least Square (PLS) software. The result of analysis for this model shows that the construct attitude affect the intention to use internet banking, along with the construct trust and perceived enjoyment affect the attitude to use internet banking. Even though that perceived usefulness construct and perceived ease of use construct did not influence the attitude to use internet banking. This means that the intention to use internet banking is influenced by the construct attitude and the attitude to use internet banking is influenced by the trust and perceived enjoyment. The implication of this research is relevant to the management banking company and internet banking analyst to consider factor of attitude, trust and enjoyment in applying and developing internet banking transaction in the banking system

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), internet banking, intention, attitude, trust, perceived enjoyment.