

DAFTAR ISI

HALAMAN

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Technology Acceptance Model (TAM)	14
2.1.1 Definisi Technology Acceptance Model (TAM).....	14
2.2 Technology Acceptance Model 2 (TAM 2)	15
2.2.1 Definisi Technology Acceptance Model 2 (TAM 2).....	15
2.3 <i>Mobile Banking</i>	19
2.4 <i>Mobile Banking</i> Syariah	21
2.5 Penelitian Terdahulu	23
2.6 Hubungan Antar Variabel	29
2.6.1 Hubungan Norma Subjektif Terhadap Citra, Persepsi Kegunaan, dan Niat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Syariah	29
2.6.2 Hubungan Image Terhadap Persepsi Kegunaan Dalam Adopsi <i>Mobile Banking</i> Syariah	30

2.6.3	Hubungan Relevansi Pekerjaan Terhadap Persepsi Kegunaan Dalam Adopsi <i>Mobile Banking</i> Syariah	31
2.6.4	Hubungan Kualitas Keluaran Terhadap Persepsi Kegunaan Dalam Adopsi <i>Mobile Banking</i> Syariah	32
2.6.5	Hubungan Keterbukaan Hasil Terhadap Persepsi Kegunaan Dalam Adopsi <i>Mobile Banking</i> Syariah	32
2.6.6	Hubungan Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Kegunaan dan Niat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Syariah	33
2.6.7	Hubungan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Syariah	34
2.6.8	Hubungan Niat Perilaku Terhadap Perilaku Penggunaan <i>Mobile banking</i> Syariah	35
2.6.9	Hubungan Kesukarelaan Dalam Memoderasi Hubungan Norma Subjektif Dengan Niat Penggunaan <i>Mobile banking</i> Syariah	36
2.6.10	Hubungan Pengalaman Dalam Memoderasi Hubungan Norma Subjektif Dengan Persepsi Kegunaan dan Niat Penggunaan <i>Mobile banking</i> Syariah.....	37
2.7	Kerangka Pemikiran	38
2.8	Hipotesis	39
BAB III	METODE PENELITIAN	42
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.1.1	Variabel Penelitian	42
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	43
3.2	Populasi dan Sampel.....	51
3.2.1	Populasi.....	51
3.2.2	Sampel	51
3.3	Jenis dan Sumber Data	52
3.4	Metode Pengumpulan Data	52
3.5	Metode Analisis	53
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS	61
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	61
4.2	Gambaran Umum Responden.....	62

4.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	68
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Penggunaan	69
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Niat Perilaku	69
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan.....	70
4.3.4	Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan.....	70
4.3.5	Analisis Deskriptif Variabel Norma Subjektif.....	71
4.3.6	Analisis Deskriptif Variabel Citra	71
4.3.7	Analisis Deskriptif Variabel Relevansi Pekerjaan.....	72
4.3.8	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Keluaran	72
4.3.9	Analisis Deskriptif Variabel Keterbukaan Hasil	73
4.3.10	Analisis Deskriptif Variabel Kesukarelaan.....	73
4.3.11	Analisis Deskriptif Variabel Pengalaman	74
4.4	Analisis Data.....	74
4.4.1	Analisis SEM-PLS	74
4.4.2	Pengujian Hipotesis.....	86
4.5	Pembahasan	92
4.5.1	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Citra dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah.....	92
4.5.2	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Persepsi Kegunaan dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah	94
4.5.3	Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah.....	96
4.5.4	Pengaruh Citra terhadap Persepsi Kegunaan dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah.....	98
4.5.5	Pengaruh Relevansi Pekerjaan terhadap Persepsi Kegunaan dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah	100
4.5.6	Pengaruh Kualitas Keluaran terhadap Persepsi Kegunaan dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah	102
4.5.7	Pengaruh Keterbukaan Hasil terhadap Persepsi Kegunaan dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah	104
4.5.8	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi Kegunaan dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah	105

4.5.9	Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah	108
4.5.10	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah	109
4.5.11	Pengaruh Niat Perilaku terhadap Perilaku Penggunaan dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah	111
4.5.12	Pengaruh Kesukarelaan dalam Memoderasi Hubungan Norma Subjektif dengan Niat Perilaku dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah.....	114
4.5.13	Pengaruh Pengalaman dalam Memoderasi Hubungan Norma Subjektif dengan Persepsi Kegunaan dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah.....	115
4.5.14	Pengaruh Pengalaman dalam Memoderasi Hubungan Norma Subjektif dengan Niat Perilaku dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah.....	117
BAB V	PENUTUP.....	120
5.1	Kesimpulan.....	120
5.2	Keterbatasan Penelitian	121
5.3	Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN-LAMPIRAN	131

