

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Abstrak	vi
Halaman Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I : Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
BABII : Tinjauan Pustaka	16
A. Landasan Teori.....	16
1. <i>Internet Banking</i>	16
2. <i>Theory Reaction Action (TRA)</i>	17
3. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	18

4.	Persepsi Kemudahan Dalam Menggunakan.....	19
5.	Persepsi Kemanfaatan.....	21
6.	Sikap	23
7.	Minat Menggunakan.....	24
B.	Penelitian Terdahulu	26
C.	Hubungan Antar Variabel.....	32
1.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dalam Menggunakan Terhadap Sikap	32
2.	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Sikap	32
3.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat.....	33
4.	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat.....	33
5.	Pengaruh Sikap Terhadap Minat	34
6.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dalam Menggunakan Terhadap Minat Melalui Sikap	35
7.	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Melalui Sikap	35
D.	Kerangka Konseptual	36
E.	Hipotesis Penelitian.....	37
BABIII : Metode Penelitian		39
A.	Rancangan Penelitian	39
B.	Objek Dan Waktu Penelitian	40
1.	Objek Penelitian	40
2.	Waktu Penelitian	40
C.	Populasi	40
D.	Sampel Dan Teknik Sampling	41
E.	Jenis Data Penelitian	42

F. Prosedur Pengambilan Data.....	42
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	43
H. Definisi Operasional Variabel.....	44
I. Uji Instrumen.....	47
1. Uji Validitas.....	47
2. Uji Reliabilitas.....	53
J. Teknik Analisis Data.....	54
1. Analisis Deskriptif.....	54
2. Analisis Kuantitatif.....	55
BAB IV: Hasil Dan Pembahasan.....	61
A. Analisis Deskriptif.....	61
1. Analisis Karakteristik Responden.....	61
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	64
B. Analisis Kuantitatif.....	69
1. <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	69
2. <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	73
C. Hasil Pengujian Hipotesis.....	76
D. Pengaruh Tidak Langsung Dan Pengaruh Total.....	79
E. Pembahasan.....	81
1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Atas <i>Internet Banking</i> BRI.....	81
2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Sikap Atas <i>Internet Banking</i> BRI.....	82
3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> BRI.....	83

4. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> BRI.....	83
5. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> BRI84	
6. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Sikap Pada Layanan <i>Internet Banking</i> BRI.....	85
7. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Sikap Pada Layanan <i>Internet Banking</i> BRI.....	86
BAB V : Kesimpulan Dan Saran	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
Daftar Pustaka	91
Lampiran	95