

## Daftar Isi

<b>Lembar Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Lembar Pengesahan.....</b>	<b>ii</b>
<b>Lembar Pernyataan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Intisari.....</b>	<b>xiv</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1. Latar Belakang.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah.....</b>	<b>21</b>
<b>1.3. Pertanyaan Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>1.4. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>23</b>
<b>1.5. Sistematika Penulisan .....</b>	<b>24</b>
<b>BAB II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>26</b>
<b>2.1 Teknologi Informasi .....</b>	<b>26</b>
<b>2.2. Konsep Internet Banking (<i>Internet Banking</i>).....</b>	<b>27</b>
<b>2.3 Teori-Teori Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>28</b>
<b>2.3.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....</b>	<b>28</b>

2.3.2	<b>Model Kesuksesan Sistem Informasi</b> .....	32
2.3.3	<b>Intensi Berkelanjutan Pengguna <i>Internet Banking</i> (Intention to Continuous)</b> .....	39
2.3.4	<b>Kepuasan Pengguna <i>Internet Banking</i> (User Satisfaction)</b> .....	42
2.3.5	<b>Pengalaman (Experience)</b> .....	45
2.3.6	<b>Keamanan dan Privasi Persepsian (Perceived Security and Privacy)</b> .....	46
2.3.7	<b>Kualitas Informasi (Information Quality)</b> .....	47
2.3.8	<b>Kualitas Sistem (System Quality)</b> .....	49
2.3.9	<b>Kualitas Layanan (Service Quality)</b> .....	52
2.4	<b>Model Penelitian</b> .....	53
2.5	<b>Formulasi Hipotesis</b> .....	54
2.5.1	<b>Hubungan Kualitas Informasi Terhadap kemudahan penggunaan persepsian kegunaan persepsian</b> .....	54
2.5.2	<b>Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kemudahan Penggunaan Persepsian Kegunaan Persepsian</b> .....	56
2.5.3	<b>Hubungan Kualitas Sistem Terhadap Kemudahan Penggunaan Persepsian Dan Kegunaan Persepsian</b> .....	57
2.5.4	<b>Hubungan Kemudahan Penggunaan Persepsian Terhadap Kegunaan Persepsian dan Kepuasan Pengguna</b> .....	58
2.5.5	<b>Hubungan Kegunaan Persepsian Terhadap Kepuasan</b> .....	60
2.5.6	<b>Hubungan Pengalaman Terhadap Kepuasan</b> .....	61
2.5.7	<b>Hubungan Keamanan dan Privasi Persepsian Terhadap Kepuasan</b> .....	63
2.5.8	<b>Hubungan Kepuasan Pengguna Terhadap Intensi Berkelanjutan</b>	64
<b>BAB III. METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN</b> .....		<b>66</b>

<b>3.1. Populasi dan Metoda Pengambilan Sampel .....</b>	<b>66</b>
<b>3.2. Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>67</b>
<b>3.2.1 Jenis Data .....</b>	<b>67</b>
<b>3.2.2 Sumber Data .....</b>	<b>68</b>
<b>3.3 Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....</b>	<b>68</b>
<b>3.3.1 Variabel Penelitian.....</b>	<b>68</b>
<b>3.3.2 Definisi Operasional.....</b>	<b>69</b>
<b>3.4 Metoda Analisis .....</b>	<b>75</b>
<b>3.5 Pengujian Data .....</b>	<b>75</b>
<b>3.5.1 Uji Validitas .....</b>	<b>75</b>
<b>3.5.2 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>76</b>
<b>3.5.3 Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>77</b>
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>78</b>
<b>4.1 Deskripsi Umum Responden Penelitian .....</b>	<b>78</b>
<b>4.1.1 Karakteristik Responden .....</b>	<b>78</b>
<b>4.1.2 Statistik Deskriptif Jawaban Responden.....</b>	<b>80</b>
<b>4.2 Pengujian Model .....</b>	<b>82</b>
<b>4.2.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....</b>	<b>82</b>
<b>4.2.2 Pengujian Model Struktural (Inner Model) .....</b>	<b>89</b>
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>95</b>
<b>4.3.1 Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kemudahan Penggunaan Persepsian Internet Banking.....</b>	<b>95</b>
<b>4.3.2 Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kegunaan Persepsian Internet Banking .....</b>	<b>96</b>

<b>4.3.3 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kemudahan Penggunaan Pengguna Persepsian Internet Banking .....</b>	<b>97</b>
<b>4.3.4 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kegunaan Persepsian Pengguna Internet Banking .....</b>	<b>98</b>
<b>4.3.5 Pengujian Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kemudahan Penggunaan Persepsian Pengguna <i>Internet Banking</i> .....</b>	<b>99</b>
<b>4.3.6 Pengujian Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kegunaan Persepsian Internet Banking .....</b>	<b>100</b>
<b>4.3.7 Pengujian Pengaruh Kemudahan Penggunaan Persepsian Terhadap Kepuasan Pengguna Internet Banking .....</b>	<b>101</b>
<b>4.3.8 Pengujian Pengaruh Kemudahan Penggunaan Persepsian Terhadap Kepuasan Pengguna Internet Banking .....</b>	<b>102</b>
<b>4.3.9 Pengujian Pengaruh Kegunaan Persepsian Terhadap Kepuasan Pengguna Internet Banking .....</b>	<b>103</b>
<b>4.3.10 Pengujian Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Pengguna Internet Banking .....</b>	<b>104</b>
<b>4.3.11 Pengujian Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap kepuasan Pengguna Internet Banking .....</b>	<b>105</b>
<b>4.3.12 Pengujian Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Intensi Berkelanjutan Pengguna Internet Banking .....</b>	<b>106</b>
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>108</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>108</b>
<b>5.2 Implikasi Penelitian .....</b>	<b>111</b>
<b>5.3 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>111</b>
<b>5.4 Saran .....</b>	<b>112</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>113</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>118</b>

<b>LAMPIRAN 1. Kuisisioner .....</b>	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN 2. Tabulasi Hasil Kuisisioner .....</b>	<b>126</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pengukur – pengukur empiris kualitas informasi.....	48
Tabel 2.2 Pengukur – pengukur empiris kualitas sistem informasi.....	50
Tabel 2.3 Dimensi SERVQUAL.....	53
Tabel 4.1 Demografi Responden.....	79
Tabel 4.2 Statistik Deskripsi Jawaban Responden.....	81
Tabel 4.3 Outer Loadings.....	84
Tabel 4.4 Cross Loadings.....	87
Tabel 4.5 Akar Average Variance Extracted (AVE).....	87
Tabel 4.6 Korelasi Variabel Laten.....	88
Tabel 4.7 Nilai Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability.....	89
Tabel 4.8 Nilai Koefisien Jalur pada Pengujian Model Struktural.....	91
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	91
Tabel 4.10 Nilai R-square (R <sup>2</sup> ).....	93
Tabel 4.11 Nilai Rata-Rata Communalitas dan R <sup>2</sup> .....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Technology Acceptance Model.....	30
Gambar 2.2. Model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean.....	34
Gambar 2.3. Model Seddon (1997) yang menggabungkan dua model varian.....	37
Gambar 2.4 Model kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean diperbarui.....	39
Gambar 2.5. Model TRA Lengkap.....	41
Gambar 2.6 Antesenden-antesenden dan pengaruh dari individu perilaku.....	43
Gambar 2.7 Pengaruh kualitas informasi, kualitas layanan,dan kualitas sistem terhadap intensi berkelanjutan pengguna E- Banking.....	54
Gambar 4.1: Output Smart PLS 2.0 (Loading Factor).....	67
Gambar 4.2: Output Smart PLS 2.0 (Signifikansi Jalur).....	90

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner .....	118
Lampiran 2. Data Hasil Kuisisioner .....	126