

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Internet Banking

Nanda Putri

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75097&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan, terhadap Penggunaan Internet Banking di Bank Syariah Mandiri. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Dengan populasi pengguna internet banking di Bank Syariah Mandiri KCP Radio Dalam Jakarta dengan populasi 445 nasabah dan 82 nasabah sebagai sampel.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Untuk variabel dependen (Y) dari penelitian adalah penggunaan internet banking. Untuk variabel independen (X) meliputi : persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3). Untuk metode analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Sedangkan untuk mengolah data dengan menggunakan program SPSS versi 22.0.

Dari hasil analisis data dengan tingkat signifikansi 5% menunjukkan bahwa secara parsial Persepsi Manfaat (X1) sebesar 0,001 yang berarti berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Internet Banking, Persepsi Kemudahan (X2) sebesar 0,991 yang berarti tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Internet Banking, dan Kepercayaan (X3) 0,005 yang berarti berpengaruh secara signifikan terhadap Penggunaan Internet Banking. Sedangkan Secara simultan dengan signifikansi 0,000 dalam penelitian ini variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 46,8% sedangkan 53,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.