

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK ARAB	vi
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Hipotesis Penelitian.....	11
1. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Intention Adoption BSI Mobile Banking</i>	12
2. Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Intention Adoption BSI Mobile Banking</i>	13
3. Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Intention</i> <i>Adoption BSI Mobile Banking</i>	14
4. Pengaruh <i>Spiritual Motivation</i> Terhadap <i>Intention Adoption BSI Mobile Banking</i>	15
5. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Actual</i> <i>Usage BSI Mobile Banking</i>	16
6. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Actual</i> <i>Usage BSI Mobile Banking</i>	17
7. Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Actual</i> <i>Usage BSI Mobile Banking</i>	17
8. Pengaruh <i>Spiritual Motivation</i> Terhadap <i>Actual</i>	

<i>Usage BSI Mobile Banking</i>	18
9. Pengaruh <i>Intention Adoption</i> Terhadap <i>Actual Usage BSI Mobile Banking</i>	18
F. Asumsi Penelitian.....	19
G. Ruang Lingkup Penelitian	20
H. Penelitian Terdahulu dan Originalitas Penelitian.....	20
I. Definisi Operasional.....	29
J. Sistematika Penulisan.....	37
BAB II KAJIAN PUSTAKA	39
A. Landasan Teori.....	39
1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	40
2. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	41
3. <i>Mobile Banking</i>	42
4. <i>Perceived Usefulness</i>	44
5. <i>Perceived Ease of Use</i>	45
6. <i>Social Influence</i>	47
7. <i>Spiritual Motivation</i>	49
8. <i>Intention Adoption</i>	51
9. <i>Actual Usage</i>	52
B. Perspektif Islam Teori	53
1. <i>Perceived Usefulness</i> Perspektif Islam	53
2. <i>Perceived Ease of Use</i> Perspektif Islam.....	54
3. <i>Social Influence</i> Perspektif Islam.....	56
4. <i>Spiritual Motivation</i> Perspektif Islam	58
5. <i>Intention Adoption</i> Perspektif Islam.....	59
C. Kerangka Berfikir.....	60
BAB III METODE PENELITIAN	62
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	62
B. Variabel Penelitian	62
C. Populasi dan Sampel	64
D. Pengumpulan Data	66
E. Instrumen Penelitian.....	66
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
G. Analisis Data	71
1. Uji SEM.....	71
2. Pengujian Asumsi SEM	76
3. Uji Parameter Hipotesis	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78

A. Hasil Penelitian	78
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	78
a. Profil Bank Syariah Indonesia KC Kudus (Ex-BSM).....	78
b. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KC Kudus (Ex-BSM).....	79
c. Struktur Organisasi Bank Syariah KC Kudus (Ex-BSM).....	80
2. Hasil Uji Deskripsi Responden	81
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat Rumah	81
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	81
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	83
3. Hasil Uji Deskripsi Variabel Penelitian	83
a. Deskripsi Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	84
b. Deskripsi Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i>	85
c. Deskripsi Variabel <i>Social Influence</i>	86
d. Deskripsi Variabel <i>Spiritual Motivation</i>	87
e. Deskripsi Variabel <i>Intention Adaption</i>	88
f. Deskripsi Variabel <i>Actual Usage</i>	89
4. Hasil Pengujian Data	90
a. Uji Validitas	91
b. Uji Reliabilitas	93
c. Uji Normalitas	94
d. Uji Outlier	96
5. Pengujian Kesesuaian <i>Goodnes Of Fit</i>	96
a. Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	96
b. Analisis Konfirmatori Variabel Endogen.....	101
6. Full Measurement	105
7. Analisis Full Model SEM	105
8. Uji Kausalitas (<i>Regression Weight</i>)	107
9. Pengujian Hipotesis	108
B. Pembahasan.....	113
1. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Intention Adoption</i>	113

2. Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Intention Adoption</i>	115
3. Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Intention Adoption</i>	117
4. Pengaruh <i>Spiritual Motivation</i> Terhadap <i>Intention Adoption</i>	120
5. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Actual Usage</i>	121
6. Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Actual Usage</i>	123
7. Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Actual Usage</i>	125
8. Pengaruh <i>Spiritual Motivation</i> Terhadap <i>Actual Usage</i>	126
9. Pengaruh <i>Intention Adoption</i> Terhadap <i>Actual Usage</i>	128
BAB V PENUTUP	131
A. Kesimpulan	131
B. Implikasi	133
1. Implikasi Teoretis.....	133
2. Implikasi praktis	134
C. Saran	134
1. Saran teoretis	134
2. Saran praktis	134
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Jumlah Pengguna BSI <i>Mobile Banking</i>	2
Tabel 1. 2	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 1. 3	Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 3. 1	Variabel Penelitian	63
Tabel 3. 2	Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	76
Tabel 4. 1	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat Rumah.....	81
Tabel 4. 2	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Usia ...	82
Tabel 4. 3	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	82
Tabel 4. 4	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	83
Tabel 4. 5	Jenjang Interval.....	84
Tabel 4. 6	Hasil Statistik Deskripsi Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	84
Tabel 4. 7	Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i>	85
Tabel 4. 8	Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Influence</i> .	87
Tabel 4. 9	Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Spiritual Motivation</i>	88
Tabel 4. 10	Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Intention Adaption</i>	89
Tabel 4. 11	Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Actual Usage</i>	90
Tabel 4. 12	Uji Validitas	91
Tabel 4. 13	Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	92
Tabel 4. 14	<i>Discriminant Validity</i>	93
Tabel 4. 15	Uji Reliabilitas	94
Tabel 4. 16	Uji Normalitas.....	95
Tabel 4. 17	Uji <i>Outliers</i>	96
Tabel 4. 18	Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan	99
Tabel 4. 19	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen Setelah Perbaikan.....	100
Tabel 4. 20	<i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	101

Tabel 4. 21 Uji Model *Goodness Of Fit* Variabel Endogen
Sesudah Perbaikan 103

Tabel 4. 22 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen
Sesudah Perbaikan 104

Tabel 4. 23 Standardized Variabel Endogen Sesudah Perbaikan 104

Tabel 4. 24 Pengujian Kesesuaian Analisis Full Model SEM 106

Tabel 4. 25 *Standardized Regression Weights: (Group number
1 - Default model)* 107

Tabel 4. 26 Koefisien Determinasi (*Squared Multiple
Correlation*) 108

Tabel 4. 27 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar
Variabel..... 109

Tabel 4. 28 Besar *Total Effect*..... 113



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengguna BSI *Mobile Banking*..... 3

Gambar 1. 2 Grafik Jumlah Pengguna BSI *Mobile Banking*
Kudus..... 4

Gambar 2. 1 Kerangka *Technology Acceptance Model* 42

Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Berfikir 61

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bank Syariah KC Kudus 80

Gambar 4. 2 Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum
Perbaikan 97

Gambar 4. 3 Pengujian Konfirmatori Eksogen Sesudah
Perbaikan Model 98

Gambar 4. 4 Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum
Perbaikan 102

Gambar 4. 5 Pengujian Konfirmatori Endogen Sesudah
Perbaikan 103

Gambar 4. 6 Hasil Output *Full Measurement* 105

Gambar 4. 7 Analisis Full Model *Structural Equation*
Modelling (SEM) Setelah Perbaikan 106