

**PENGARUH ELEMEN TAM, KEPERCAYAAN NASABAH DAN  
KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *M-BANKING*  
DENGAN *EXPERTISE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**

**THE INFLUENCE OF TAM ELEMENTS, CUSTOMER TRUST AND  
SECURITY ON INTEREST IN USING M-BANKING WITH EXPERTISE  
AS MODERATING VARIABLES**



Dosen Pembimbing

**Dr. Dyah Ekaari Sekar J, S.E., M.Sc., QIA., Ak., CA**

Disusun Oleh:

Ade Reva Chintia Curniawati

20170420292

**PRODI AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ade Reva Chintia Curniawati

Nomor Mahasiswa : 20170420292

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH ELEMEN TAM, KEPERCAYAAN NASABAH, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN M-BANKING DENGAN *EXPERTISE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya akan bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 23 April 2022



Ade Reva Chintia Curniawati

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT, akhirnya telah selesai skripsi yang berjudul **“PENGARUH ELEMEN TAM, KEPERCAYAAN NASABAH, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN M-BANKING DENGAN *EXPERTISE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI”**. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Allah SWT, Allah yang Maha Memiliki Segala Ilmu. Terima kasih Ya Allah telah memberikan kemudahan-Mu bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua peneliti tercinta Bapak Harde Triyogo dan Ibu Siti Latifah yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan peneliti selama masa hidupnya. Rasa terima kasih mungkin tidaklah cukup untuk mengungkapkan betapa berterima kasih peneliti kepada kedua orang tua peneliti.
3. Dosen pembimbing peneliti, Ibu Dr. Dyah Ekaari Sekar J, S.E., M.Sc., QIA., Ak., CA yang selalu meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dari awal proses sampai akhir penyusunan skripsi ini.
4. Adik peneliti tercinta Ade Yoga Khoirul Fahmita yang selalu memberikan semangat dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat peneliti Melda Ayu Kusumaningrum, Lisdi Valentin Pratama, Isnani Susilowati, Dwi Ajeng Ramadhanti, Nana Eka Wulandari,

Irhab Khairunisa, Aulia Chairunnisa Supriyono, Neva Zerlinda, Muhamad Hafid, Erdio Habib Belta dan teman-teman kelas F Akuntansi UMY 2017.

Sebagai kata akhir, tiada yang sempurna di dunia, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk karya tulis dengan topik ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “**PENGARUH ELEMEN TAM, KEPERCAYAAN NASABAH, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN M-BANKING DENGAN *EXPERTISE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu pernyataan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi pihak bank untuk meningkatkan penggunaan *M-Banking* oleh nasabah dan bagi nasabah hendaknya meningkatkan *expertise*.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Dyah Ekaari Sekar J, S.E., M.Sc., QIA., Ak., CA yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8

<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>A. Landasan Teori .....</b>	<b>9</b>
1. Technological Acceptance Model (TAM).....	9
2. Kepercayaan .....	15
3. Keamanan .....	16
4. Expertise .....	17
5. Minat Penggunaan .....	18
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>21</b>
<b>C. Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>22</b>
1. Pengaruh Persepsi Kegunaan ( <i>perceived usefulness</i> ) terhadap Minat Penggunaan <i>M-Banking</i> di Masa Pandemic Covid-19 .....	22
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease Of Use</i> ) terhadap Minat Penggunaan <i>M-Banking</i> di Masa Pandemic Covid-19.....	24
3. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Minat Penggunaan <i>M-Banking</i> Di Masa Pandemic Covid-19.....	25
4. Pengaruh Keamanan terhadap Minat Penggunaan <i>M-Banking</i> Di Masa Pandemic Covid-19.....	26
5. <i>Expertise</i> sebagai Pemoderasi Hubungan Antara Persepsi Kegunaan ( <i>Perceived Usefulness</i> ), Persepsi Manfaat (( <i>Perceived Ease Of Use</i> ), Kepercayaan dan Keamanan dengan minat penggunaan <i>M-Banking</i> di masa pandemic Covid-19.....	27



<b>D. Model Penelitian</b> .....	30
<b>BAB III</b> .....	<b>31</b>
<b>A. Objek dan Subjek Penelitian</b> .....	31
<b>B. Jenis Data</b> .....	31
<b>C. Teknik Pengambilan Sampel</b> .....	32
<b>D. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	33
<b>E. Definisi Operasional Variabel Penelitian</b> .....	33
1. Persepsi Kegunaan (perceived usefulness).....	33
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease Of Use) .....	33
3. Kepercayaan .....	34
4. Keamanan .....	34
5. Minat Penggunaan .....	35
6. Expertise .....	35
<b>F. Uji Kualitas Instrumen</b> .....	35
1. Uji Validitas .....	36
2. Uji Reliabilitas.....	36
<b>G. Uji Hipotesis dan Analisis Data</b> .....	37
<b>BAB IV</b> .....	<b>39</b>
<b>A. Hasil Penelitian</b> .....	39
1. Karakteristik Responden .....	39

2.	Deskripsi Variabel Penelitian .....	40
b.	Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	41
B.	Uji Asumsi Klasik .....	45
a.	Uji Normalitas .....	45
b.	Uji Multikolinieritas .....	45
c.	Uji Heteroskedastisitas .....	46
C.	Uji Kualitas Instrumen .....	47
1.	Uji Validitas .....	47
2.	Uji Reabilitas .....	48
D.	Uji Hipotesis .....	48
1.	Uji t .....	48
2.	Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ) .....	52
E.	Pembahasan .....	53
1.	Pengaruh Persepsi Kegunaan ( <i>perceived usefulness</i> ) terhadap Minat Penggunaan <i>M-Banking</i> di Masa Pandemic Covid-19 .....	53
2.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease Of Use</i> ) terhadap Minat Penggunaan <i>M-Banking</i> di Masa Pandemic Covid-19 .....	54
3.	Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Minat Penggunaan <i>M-Banking</i> Di Masa Pandemic Covid-19 .....	56

4. Pengaruh Keamanan terhadap Minat Penggunaan <i>M-Banking</i> Di Masa Pandemic Covid-19.....	57
5. <i>Expertise</i> memperkuat pengaruh persepsi kegunaan ( <i>perceived usefulness</i> ) terhadap minat penggunaan <i>M-Banking</i> .....	59
6. <i>Expertise</i> memperkuat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan ( <i>perceived ease of use</i> ) terhadap minat penggunaan <i>M-Banking</i> .....	60
7. <i>Expertise</i> memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan <i>M-Banking</i> .....	61
8. <i>Expertise</i> memperkuat pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan <i>M-Banking</i> .....	62
<b>BAB V.....</b>	<b>64</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>64</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>65</b>
<b>C. Implikasi .....</b>	<b>65</b>
<b>D. Keterbatasan.....</b>	<b>66</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4. 1.....	47
Tabel 4. 2.....	49
Tabel 4. 3.....	49
Tabel 4. 4.....	50
Tabel 4. 5.....	51
Tabel 4. 6.....	52
Tabel 4. 7.....	52
Tabel 4. 8.....	53
Tabel 4. 9.....	54
Tabel 4. 10.....	54
Tabel 4. 11.....	55
Tabel 4. 12.....	56
Tabel 4. 13.....	56
Tabel 4. 14.....	58
Tabel 4. 15.....	60
Tabel 4. 16.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	10
Gambar 2. 1.....	38

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Turnitin .....	82
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	84
Lampiran 4 Output Perhitungan SPSS .....	102