

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
PENGADOPSIAN MOBILE BANKING
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Fadilla Caesareni Oktanita

Nomor Mahasiswa : 05 312 265

Program Studi : Akuntansi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2008

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
PENGADOPSIAN MOBILE BANKING
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh
gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Akuntansi,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**

Oleh:

Nama : Fadilla Caesareni Oktanita

Nomor Mahasiswa : 05 312 265

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2008

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”



Yogyakarta, Februari 2009

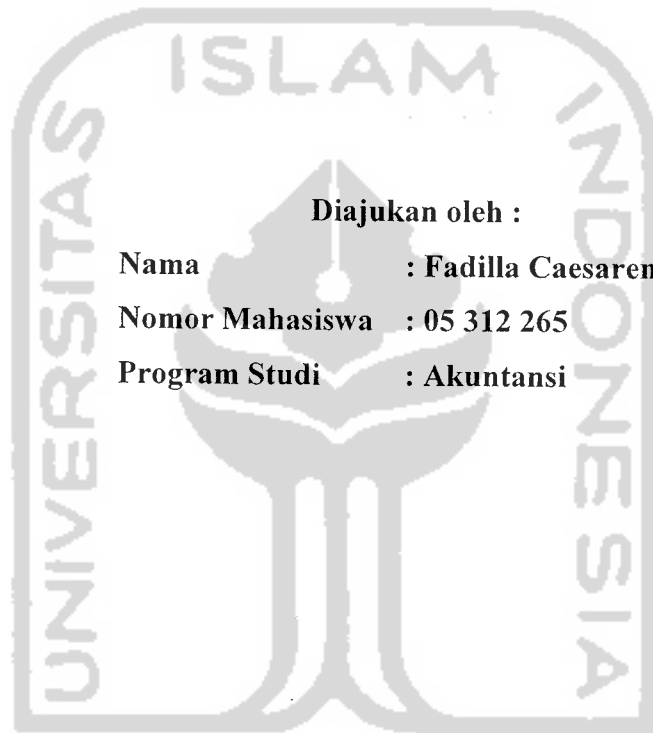
Penulis,

Fadilla Caesareni Oktanita

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi
dengan judul:**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
PENGADOPSIAN MOBILE BANKING
DI YOGYAKARTA**



Diajukan oleh :

Nama : Fadilla Caesareni Oktanita
Nomor Mahasiswa : 05 312 265
Program Studi : Akuntansi

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada tanggal..... 23 Februari 2009

Dosen Pembimbing,

Hadri Kusuma

Prof. Drs. Hadri Kusuma, MBA, Ph.D

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

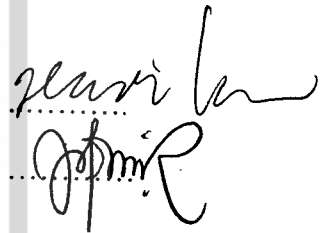
**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengadopsian Mobile Banking
di Yogyakarta**

Disusun Oleh: **FADILLA CAESARENI OKTANITA**
Nomor Mahasiswa: 05312265


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 19 Maret 2009

Pembimbing Skripsi/Penguji : Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

Penguji : Drs. Johan Arifin, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Anwar Ishak, M.Bus, Ph.D

Halaman Motto

Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka
(Qs. An – Ra'ad : 11)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh – sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap
(Qs. Al – Insyirah : 6 – 8)

Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat kecuali bagi orang – orang yang khusyu
(Qs. Al – Baqarah : 45)

Sarjana sujana boten badhe saged kasamaran dhateng ajining kencana ingkang kalingan jejember ingkang nyenyukeri. Samanten ugi kosokwangsulipun, boten badhe kasamaran dhateng sesuker ingkang winadhah ing beri kencana pinatik ing sesotya metna.

(Sarjana yang cendik tidak akan bisa terpengaruh oleh silaunya kekayaan materi yang tidak terlihat kotorannya sebab dipuja-puja sehingga menjadi materialistis. Begitu juga sebaliknya, tidak akan terpengaruh dengan segala kekotoran materi yang dibungkus dengan pujian yang dihiasi dengan segala bujukan atau ucapan yang manis).

R Ng Yasadipuna |

"JADILAH DIRI SENDIRI SETIAP WAKTU"
Cathie Balck

Halaman Persembahan

Alhamdulillah...

Seiring rasa syukur dan kerendahan hati,

Karya sederhana ini

kupersembahkan setulus hati untuk orang-orang yang

paling kucintai dan kusayangi

Bapak Sujoto dan Ibu Maryunani Wiayatun

Adikku Hanum Evin Incalia

dan orang-orang terdekatku

yang telah memberikan arti hidup...

KATA PENGANTAR



Assalammu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji hanya bagi dan milik Allah SWT semata, Rabb yang Maha Kasih Sayang, atas setiap nikmat dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pengadopsian Mobile Banking di Yogyakarta. Shalawat dan salam semoga dilimpahkan kepada teladan dan Rasul terkasih Muhammad SAW beserta para pengikutnya yang senantiasa menegakkan kebenaran dan keadilan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Edi Suandi Hamid selaku Rektor Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Asma'i Ishak, M.Bus., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Prof. Drs. H. Hadri Kusuma, MBA, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing skripsi, atas segala bimbingan, dorongan, dan bantuan selama penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

5. Ayahanda tercinta Bapak Sujoto dan Ibunda tercinta Maryunani Widayatun yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang serta memberikan kebahagiaan terbesar dalam hidupku.
6. Adikku, Hanum Evin Incalia, ma sista,,, you`r d best! Semoga kita bisa memberikan yang terbaik dan menjadi kebanggaan bagi kedua orang tua. Amin.
7. Sepupuku, Mbak tika (miss Quiz.. lanjutkan perjuangan! kalo menang ajakin aku lg yah..), Mas Alef (makasih banget ya mas udah mau direpotin), mbak Dani, Ferren, Andik, Devi, Nisa, Bayu, Bulik Nung, Pakdhe Pardi dan Budhe Yani (trimakasih atas doa dan semangatnya).
8. Pak Parmin, Mas Hanung, Mbak Ika, Niva, Mas Antok, Gresy (gre.. plis deh, ide2mu itu loh..!), Nita Tasik (makasih banget udah diajarin olah data ya nit), terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan.
9. Boneng2, Jannah (perjalanan ini.. partner ngider ksana-kemari ampe dilalerin.. keren ya kita buk.. hasil bertapa di gunung salak menghasilkan skripsi setebel ini, mantabhhh...!), Aulia (partner ngider kedua yang selalu saja nihil.. gekndang punya pacar yanK.. STMJ stadium dua bablas ni.. jangan n****t mulu..!), Mia (Kemalalalala.. orang pertama yang aku kenal di UII ini.. jangan pernah bosen juga yah jadi sahabatku.. lofyu mi!), Semox (Ken... gimana urusannya niy? "temenmu" horror tenan...), Shanti (mbak ony_eng.. selamat ya buk udah jadi mbak2 SE, km takkan terlupakan yu.. habis km paling sering ngrepotin siy..., tapi kalo ga ada kamu kamarku sunyi yu ga ada yang

kumarah2in hahaha..), Ira (Gom selamat ya.. kumprenya sukses.. tapi gmn niy ama urusan perjodohan? Wah.. terancam gagal ni..), Eno (nochan.. butuh fotografer dadakan lagi? Hubungi saia 08122797xxx, jangankan genteng no.. mendaki gunung lewatin lembahpun aku sanggup!ha3), Elly (Ijah.. don't be sad.. kamu pasti bisa jah!semangat2! jangan lupa cuciannya diangkat udah mendung niy..), makasih ya bon.. aku banyak banget belajar dari kalian...@(^,.)@

10. Teman-teman seperjuangan bimbingan Pak Hadri, Jannah (Jan semoga kita dimudahkan waktu ujian ya jan biar perjuangan kita “selama” ini ga sia2.. buah dari kesabaran buk.. amin), Niken (semangat Uni..), Semox, Shanti, Fuad (Bang Charlie..thank's ya buku AMOSnya ama instaln PLSnya jg!), Nova, Nanda, Eka, Meryska, Trias (makasih banget3x ya mbes.. atas elue2nya kalo aku udah mulai pusing sendiri merangkai kata..).
11. Trias, Kiky, Neti (tengs ya udah buat persinggahan sementaraku di PK 128 ini jadi nggak ngebosenin.. saben hari ngakaaak mulu kjaannya.. jd pelawak aja de kaliyan.. btw2 salam buat si Bejo yaw...!).
12. Anak2 KKN SL-25, Sarah (Bab, makasih ya.. atas persahabatan indah yang tidak terduga.. berawal dari pusing mikirin program kkn.. nebeng tiap hari.. ngece2an.. ampe sekarang jadi sering curhat2an...), Tirto, Franky, Diky, Izma, Siah, Ade, Rani, Apri, Saputro, Yudi.
13. Semua pihak yang membantu kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala bantuan, bimbingan dan pengarahan mendapat imbalan dari Allah SWT. Berkenaan dengan isi skripsi, penulis sudah berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai hasil yang diharapkan tetapi karena keterbatasan kemampuan penulis menyadari bahwa baik bentuk maupun isi yang tersaji masih jauh dari yang disebut sempurna, dan untuk itu penulis akan menerima dengan senang hati segala kritik dan saran yang membangun demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala hati, penulis ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Akhirnya seiring dengan doa untuk kita semua, semoga Allah SWT memberikan jalan yang diridhoi untuk mencapai kehidupan yang lebih baik di dunia dan diakhirat. Amin Ya Rabbal'Alamin.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, Februari 2009

Hormat saya,

Fadilla Caesareni Oktanita

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Judul ke-2	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Berita Acara Ujian.....	v
Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Gambar	xix
Daftar Lampiran	xx
Abstrak.....	xxi
Bab I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
Bab II LANDASAN TEORI	8
2.1. Teknologi Informasi.....	8

2.2. Mobile Banking	9
2.3. Teori Tentang Pengadopsian Teknologi	10
2.3.1. Theory of Reason Action (TRA).....	11
2.3.2. Theory of Plane Behavior (TPB).....	12
2.3.3. Social Cognitif Teory.....	13
2.3.4. Task-Technology Fit Theory.....	13
2.3.5. The Diffusion of Innovation Theory (IDT).....	14
2.3.6. Technology Acceptance Model (TAM)	15
2.3.7. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)	16
2.4. Formula Hipotesis	18
2.4.1. Resiko (Percived Risk).....	18
2.4.2. Kepercayaan (Trust).....	19
2.4.3. Persepsi Manfaat (Percived Usefulness)	20
2.4.4. Kualitas Sistem (System Quality)	21
2.4.5. Budaya (Culture)	24
2.4.5.1. <i>Masculinity dan Femininity</i>	25
2.4.5.2. <i>Individualism dan Collectivism</i>	28
2.4.5.3. <i>Power Distance</i>	29
2.4.5.4. <i>Uncertainty Avoidance</i>	31
Bab III METODE PENELITIAN	35
3.1. Populasi dan Sampel	35
3.2. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.3. Operasional Variabel.....	36

3.3.1. Variabel Dependen	36
3.3.1.1. Pengadopsian Mobile Banking.....	36
3.3.2. Variabel Independen.....	37
3.3.2.1. Persepsi Manfaat (Percived Usefulness).....	37
3.3.2.2. Resiko (Percived Risk)	37
3.3.2.3. Kepercayaan (Trust)	38
3.3.2.4. Kualitas Sistem (System Quality)	38
3.3.3. Variabel Moderat.....	39
3.3.3.1 Budaya (Culture)	39
2.3.3.1.1. <i>Masculinity</i> dan <i>Femininity</i>	39
2.3.3.1.2. <i>Individualism</i> dan <i>Collectivism</i>	40
2.3.3.1.3. <i>Power Distance</i>	40
2.3.3.1.4. <i>Uncertainty Avoidance</i>	41
3.4. Uji Kualitas Data	41
3.4.1. Uji Validitas	41
3.4.2. Uji Reliabilitas.....	42
3.5. Regresi Linear Berganda	43
3.6. Pengujian Hipotesa.....	44
3.7. Teknik Analisis Data	49
Bab IV ANALISA DATA DAN HASIL PENELITIAN	52
4.1. Hasil Pengumpulan Data	52
4.2. Deskripsi Responden.....	53

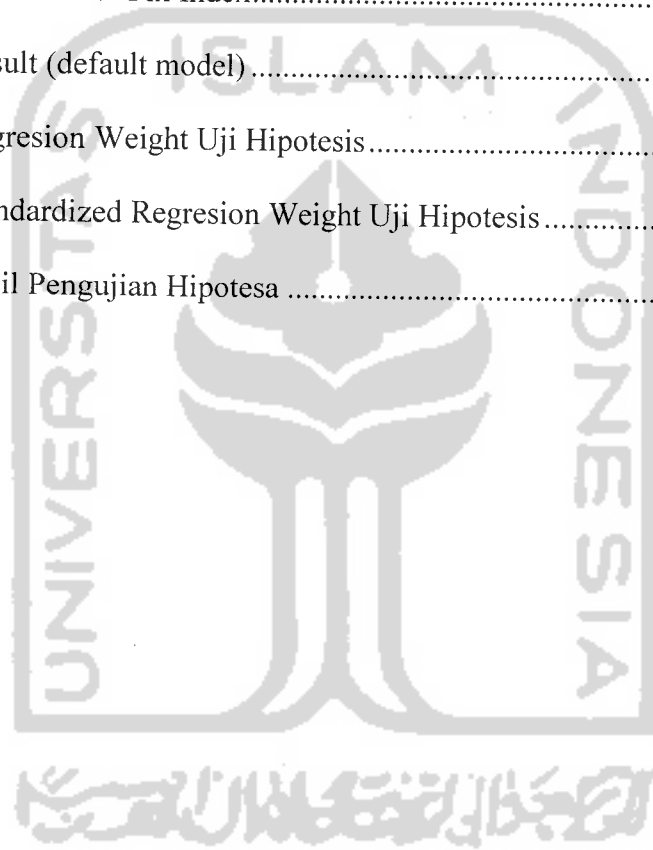
4.3. Uji Rata-rata Variabel.....	56
4.3.1. Variabel Pengadopsian Mobile Banking.....	57
4.3.2. Variabel Kepercayaan	58
4.3.3. Variabel Persepsi Manfaat.....	59
4.3.4. Variabel Resiko	60
4.3.5. Variabel Kualitas Sistem	61
4.3.6. Variabel Masculinity/ Femininity.....	62
4.3.7. Variabel Individualism/ Colectivism.....	62
4.3.8. Variabel Power Distance	63
4.3.9. Variabel Uncertainty Avoidance	64
4.4. Uji Validitas	64
4.3.1. Variabel Pengadopsian Mobile Banking.....	65
4.3.2. Variabel Kepercayaan	66
4.3.3. Variabel Persepsi Manfaat.....	68
4.3.4. Variabel Resiko	69
4.3.5. Variabel Kualitas Sistem.....	71
4.3.6. Variabel Masculinity/ Femininity.....	73
4.3.7. Variabel Individualism/ Colectivism.....	75
4.3.8. Variabel Power Distance	76
4.3.9. Variabel Uncertainty Avoidance	78
4.5. Uji Reliabilitas	79
4.6. Uji Kebaikan Model	81
4.7. Pengujian Hipotesis	86

4.7.1. Pengujian H1	87
4.7.2. Pengujian H2	88
4.7.3. Pengujian H3	89
4.7.4. Pengujian H4	90
4.7.5. Pengujian H5	91
4.7.6. Pengujian H6	92
4.7.7. Pengujian H7	93
4.7.8. Pengujian H8	94
4.7.9. Pengujian H9	95
4.7.10. Pengujian H10	96
Bab V PENUTUP	99
5.1. Kesimpulan	99
5.2. Implikasi Hasil Penelitian	101
5.3. Keterbatasan Dan Saran Penelitian Selanjutnya	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	111

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data	53
Tabel 4.2 Klasifikasi responden berdasarkan usia.....	54
Tabel 4.3 Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin.....	54
Tabel 4.4 Klasifikasi responden berdasarkan jenjang pendidikan.....	55
Tabel 4.5 Klasifikasi responden berdasarkan lama penggunaan	55
Tabel 4.6 Deskriptif Statistik Pengadopsian Mobile Banking (PMB)	57
Tabel 4.7 Deskriptif Statistik Kepercayaan (KP)	58
Tabel 4.8 Deskriptif Statistik Persepsi Manfaat (PM).....	59
Tabel 4.9 Deskriptif Statistik Resiko (R)	60
Tabel 4.10 Deskriptif Statistik Kualitas Sistem (KS)	61
Tabel 4.11 Deskriptif Statistik Masculinity/ Femininity (MF).....	62
Tabel 4.12 Deskriptif Statistik Individualism/ Colectivism (IC)	62
Tabel 4.13 Deskriptif Statistik Power Distance (PD).....	63
Tabel 4.14 Deskriptif Statistik Uncertainty Avoidance (UA)	64
Tabel 4.15 Standardized Regresion Weight Pengadopsian Mobile Banking (PMB)	66
Tabel 4.16 Standardized Regresion Weight Kepercayaan (KP).....	67
Tabel 4.17 Standardized Regresion Weight Persepsi Manfaat (PM)	69
Tabel 4.18 Standardized Regresion Weight Resiko Finansial	70
Tabel 4.19 Standardized Regresion Weight Resiko Psikologi	70
Tabel 4.20 Standardized Regresion Weight Daya Tarik Visual.....	72
Tabel 4.21 Standardized Regresion Weight Sistem Navigasi	73

Tabel 4.22 Standardized Regresion Weight Masculinity/ Femininity (MF).....	74
Tabel 4.23 Standardized Regresion Weight Individualism/ Colectivism (IC).....	76
Tabel 4.24 Standardized Regresion Weight Power Distance (PD)	77
Tabel 4.25 Standardized Regresion Weight Uncertainty Avoidance (UA).....	79
Tabel 4.26 Uji Realibilitas.....	80
Tabel 4.27 Goodness of Fix Index.....	83
Tabel 4.28 Result (default model).....	83
Tabel 4.29 Regresion Weight Uji Hipotesis.....	86
Tabel 4.30 Standardized Regresion Weight Uji Hipotesis.....	87
Tabel 4.31 Hasil Pengujian Hipotesa	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan TRA	12
Gambar 2.2 Bagan TPB	13
Gambar 2.3 Bagan IDT	14
Gambar 2.4 Technology Acceptance Model	16
Gambar 2.5 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology	17
Gambar 2.6 Model Pengujian	34
Gambar 4.1 Konstruk Variabel Pengadopsian Mobile Banking (PMB)	65
Gambar 4.2 Konstruk Variabel Kepercayaan (KP)	67
Gambar 4.3 Konstruk Variabel Persepsi Manfaat (PM)	68
Gambar 4.4 Konstruk Variabel Resiko Finansial	70
Gambar 4.5 Konstruk Variabel Resiko Psikologi	70
Gambar 4.6 Konstruk Variabel Daya Tarik Visual	72
Gambar 4.7 Konstruk Variabel Sistem Navigasi	72
Gambar 4.8 Konstruk Variabel Masculinity/ Femininity (MF)	74
Gambar 4.9 Konstruk Variabel Individualism/ Colectivism (IC)	75
Gambar 4.10 Konstruk Variabel Power Distance (PD)	77
Gambar 4.11 Konstruk Variabel Uncertainty Avoidance (UA)	79
Gambar 4.12 Konstruk Variabel Uji Kebaikan Model Tanpa Variabel Interaksi	82
Gambar 4.13 Konstruk Variabel Uji Hipotesis Setelah Dimasukan Variabel Interaksi	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	111
Lampiran 2: Tabel Data Kepercayaan (KP) dan Persepsi Manfaat (PM)	118
Lampiran 3: Tabel Data Resiko (R)	125
Lampiran 4: Tabel Data Kualitas Sistem (KS) dan Masculinity/ Femininity (MF)	132
Lampiran 5: Tabel Data Individualism/ Colectivism(IC) dan Power Distance(PD)	139
Lampiran 6: Tabel Data Uncertainty Avoidance (UA) dan Pengadopsian Mobile Banking (PMB)	146
Lampiran 7: Tabel Data Variabel Interaksi	153
Lampiran 8: Hasil Statistik Deskriptif	161
Lampiran 9: Hasil Uji Validitas	164
Lampiran 10: Hasil Uji Reliabilitas	171
Lampiran 11: Uji Keباikan Model Tanpa Variabel Interaksi	179
Lampiran 12: Output Godness of Fix Index	180
Lampiran 13: Uji Hipotesis Setelah Dimasukan Variabel Interaksi	181

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku pengadopsian Mobile Banking di Yogyakarta” yang bertujuan untuk menguji faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi para nasabah bank dalam mengadopsi atau menggunakan layanan mobile banking di Indonesia. Penelitian ini fokus terhadap variabel Resiko (*Perceived Risk*), Manfaat (*Percived Usefulness*), Kepercayaan (*Trust*), Daya Tarik Visual, Struktur Navigasi, dalam pengadopsian mobile banking dengan memodifikasi konsep *Technology Acceptance Model (TAM)*. Dalam penelitian ini mengenalkan variabel Daya Tarik Visual, Struktur Navigasi dan empat variabel moderat yang terdiri dari *masculinity/femininity, individualis,/collectivism, power distance, uncertainty avoidance*.

Penelitian ini mengambil sampel para nasabah bank yang telah menggunakan mobile banking di Yogyakarta. Sampel responden diambil dengan menggunakan teknik *sampling aksidental*, dari seluruh kuisioner yang tersebar sejumlah 300, yang dapat kembali dan diolah sebanyak 260 sampel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program *AMOS versi 7.0*.

Dari sepuluh hipotesis yang diujikan pada penelitian ini empat diantaranya tidak terbukti. Hipotesis yang tidak terbukti tersebut menunjukkan bahwa ada beberapa variabel yang tidak mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Variabel-variabel tersebut adalah resiko, nilai-nilai maskulinisme, dan nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian.

Kata Kunci: Mobile banking, resiko (*perceived risk*), kepercayaan (*trust*), Daya Tarik Visual, Struktur Navigasi, *masculinity/femininity, individualis,/collectivism, power distance, uncertainty avoidance Technology Acceptance Model (TAM)*, perilaku pengadopsian.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menghadapi globalisasi, kematangan teknologi informasi mempunyai hubungan dengan respon strategik perusahaan berupa keinginan untuk melakukan penambahan investasi dalam teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, menuntut dunia usaha untuk mengoptimalkan fasilitas teknologi informasi dalam rangka untuk menang dalam persaingan global, meskipun itu diperlukan investasi yang cukup mahal. Tidak bisa dibantah lagi, kemajuan teknologi informasi ikut menambah tantangan yang dihadapi oleh perbankan.

Industri perbankan, secara alami adalah bisnis yang sangat kompetitif dan dibangun atas dasar kepercayaan nasabah. Ditengah lingkungan bisnis yang dinamis, tantangan dunia perbankan sangat jelas, yaitu bagaimana layanan bank tetap menguntungkan.

Persaingan di industri perbankan, khususnya sektor *consumer banking* saat ini sangat ketat. Hal tersebut terjadi seiring dengan tuntutan terhadap tersedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur, yang makin lama semakin meningkat. Karena, masyarakat semakin menuntut kepraktisan dalam berbagai aspek kehidupannya, termasuk dalam hubungannya dengan layanan perbankan. Seperti yang dikatakan oleh Sir Brian Piman dalam Wellington (1998) yang mengatakan

bahwa, “Pelanggan menginginkan sebuah kenyamanan, efisiensi, dan jawaban yang cepat ...”.

Tuntutan itu dijawab oleh kalangan perbankan dengan menyediakan berbagai layanan. Kalau sebelumnya *phone banking*, yang mengandalkan penggunaan telepon, kemudian *internet banking* dengan menggunakan komputer, terutama desktop, kini melalui layanan *mobile banking* atau *m-Banking*. Layanan ini memiliki kelebihan dibandingkan layanan sebelumnya, karena dapat diakses dari mana dan kapan saja dikehendaki sepanjang tersedia layanannya.

Mobile banking (biasa dikenal dengan *m-Banking*) adalah salah satu layanan sistem informasi dari pihak perbankan yang paling penting dalam hal menghasilkan informasi keuangan, yang meliputi cek saldo, transfer dana, informasi tagihan kartu kredit, pembayaran tagihan, dan sebagainya melalui suatu alat pemampu tanpa kabel (Ayadi, 2005 dalam Almilia, 2004). Sejumlah pembayaran juga dapat dilakukan seperti pembayaran tagihan listrik telepon, air, kartu kredit, dll. Selain itu pemesanan buku cek dan bilyet giro, serta simulasi kredit bisa dilakukan dalam Mobile Banking. (*sinar harapan.com*).

Beberapa waktu lalu, orang cukup puas melakukan transaksi lewat ATM. Mesin ini cukup mampu memberikan solusi pembayaran tanpa harus antri. Tetapi tidak dapat dipungkiri, bertransaksi di ATM pun tak ubahnya bertransaksi di bank, padat dan antri. Ketika bertransaksi melalui ATM, kehadiran tetap menjadi faktor penting. Wajar saja jika ATM di kemudian hari akan dikalahkan oleh *m-Banking*.

Bukan saja lebih mudah, m-Banking tidak memerlukan kehadiran. Meski begitu, transaksinya tetap bisa dilakukan secara cepat, tepat dan aman.

M-Banking sangat tepat diperuntukkan bagi mereka yang tidak mempunyai banyak waktu. Apalagi, layanannya beragam. Mulai dari yang sederhana, yaitu *phone banking*, lalu *SMS banking* dan yang terakhir *Internet banking*. Kini, di Indonesia tiga komponen *m-Banking* ini sama populernya dan memiliki pasarnya sendiri-sendiri. Kalangan perbankan nasional pun tak mau ketinggalan unjuk gigi untuk melengkapi layanan *m-Banking* di banknya masing-masing (*eBizzAsia.com*).

Di Yogyakarta, *mobile banking* telah dikembangkan oleh beberapa bank seperti Bank BCA dengan *m-BCA*, Bank Mandiri, dengan *Mandiri SMS Banking*, lalu Bank Buana *Mobile Banking*, *Bank Niaga Ponsel* yang menyatakan layanan perbankan dari Ponsel *Bank in your pocket*”, bank BNI menggunakan istilah BNI *Mobile*, bank Buana menggunakan istilah *INDOSATnet*, dan Citibank menggunakan istilah *CSP (Cellular Service Provider)*. Beberapa bank tersebut memberikan berbagai sistem pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dari pelanggan serta visi dan misi perusahaan mereka dengan tujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti mencoba mencari faktor – faktor yang menjadi penentu nasabah untuk mau menggunakan *mobile banking*. Melalui berbagai teori perilaku (*behavioral theory*) banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi oleh pengguna akhir (*end users*), diantaranya adalah *Theory of Reason Action*, *Theory of Planned Behaviour*, *Task-Technology Fit Theory*, dan *Technology Acceptance Model*. Lee, Kozar, dan Larsen (2003) menjelaskan bahwa

dalam kurun waktu 18 tahun terakhir TAM merupakan model yang populer dan banyak digunakan dalam berbagai penelitian mengenai proses adopsi teknologi informasi, termasuk mobile banking.

Oleh karena *m-banking* merupakan salah satu bentuk layanan *e-banking* yang terbaru, yang mengacu pada bentuk layanan *internet banking*, karena itu penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian tentang *internet banking*.

Beberapa penelitian sebelumnya mengidentifikasi bahwa resiko yang dirasakan memiliki beberapa dimensi yaitu performa, finansial, waktu, keamanan, sosial, dan resiko psikologis, kemudian menggabungkan efek dari resiko yang dirasakan dalam penerimaan terhadap teknologi seperti mobile banking dengan mendemostrasikan bahwa semakin besar resiko yang di rasakan yang terkandung dalam sesuatu, maka semakin kecil kemungkinan penerimaan pelanggan terhadapnya Kim dan Prabhakar (2002) dalam Lee (2007). Selain itu peneliti menambahkan variabel baru yaitu kualitas sistem dengan daya tarik visual dan struktur navigasi sebagai dimensinya yang sangat mempengaruhi pembentukan keyakinan dan secara tidak langsung, niat mempercayai dan perilaku serta 4 variabel moderat yang akan berpengaruh terhadap hubungan persepsi manfaat dengan pengadopsian mobile banking yang terdiri dari: *masculinity/feminnity*, *individualism/kolektivism*, *power distance*, *uncertainty avoidance*, serta sebagai poin penting dalam serangkaian faktor yang memiliki pengaruh yang berbeda bagi individu yang satu dengan yang lain pada perilaku pengadopsian mobile banking.

Dengan uraian di atas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan suatu model yang dapat mengidentifikasi karakteristik atau atribut-atribut yang digunakan para nasabah bank dalam mengadopsi teknologi informasi *mobile banking* di Yogyakarta. Sehingga judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGADOPSIAN MOBILE BANKING DI YOGYAKARTA“.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti menentukan pokok permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi pengadopsian *mobile banking* di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengadopsian *mobile banking* di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi praktisi

Untuk membantu pihak bank mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah untuk mengadopsi *mobile banking* sehingga dapat

meningkatkan efisiensi operasi kinerja Bank, meningkatkan produktifitas, serta rencana strategi dalam rangka meningkatkan pangsa pasarnya .

2. Bagi akademisi

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang sistem informasi dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur bidang penyusunan faktor – faktor yang mempengaruhi nasabah untuk mengadopsi teknologi mobile banking bagi penelitian selanjutnya dan yang sejenis.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka

Pada bab ini membahas konsep-konsep teori yang digunakan untuk memecahkan ,masalah yang dikemukakan.

Bab III Metode Penelitian

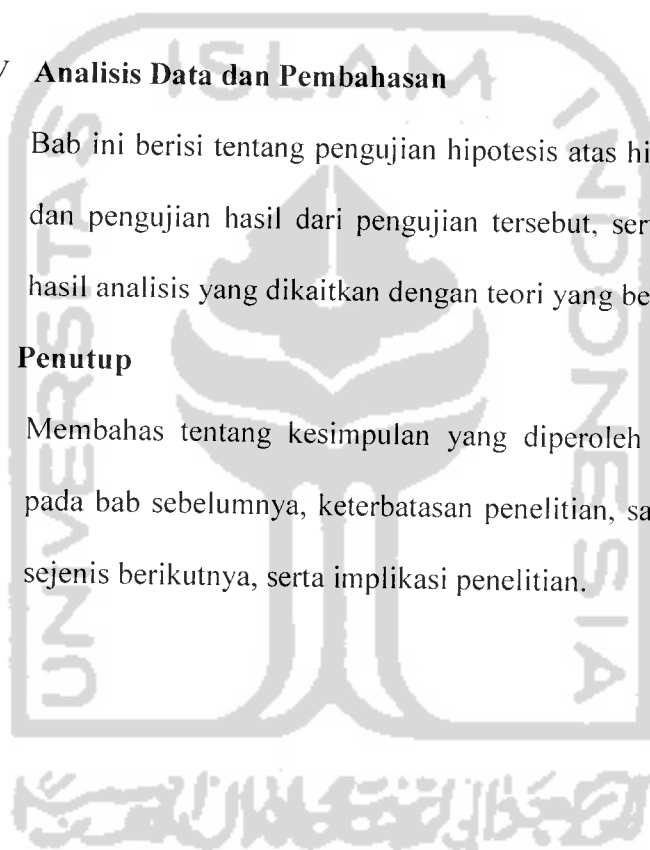
Menguraikan tentang populasi dan penentuan sampel penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, identifikasi variabel, perumusan model analisis serta pengujian hipotesis.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang pengujian hipotesis atas hipotesis yang dibuat dan pengujian hasil dari pengujian tersebut, serta pembahasan dan hasil analisis yang dikaitkan dengan teori yang berlaku.

Bab V Penutup

Membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian, saran bagi penelitian sejenis berikutnya, serta implikasi penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teknologi Informasi

Menurut Wawan Wardiana (Peneliti Pusat Penelitian Informatika - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia) Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi ini menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global serta teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (seperangkat alat keras dan lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi.

Adapun pengertian teknologi informasi dalam dunia perbankan adalah suatu sistem dan teknologi informasi yang dapat menciptakan suatu organisasi usaha yang efisien, efektif, dan terkontrol dengan baik serta tepat dalam memberikan suatu keuntungan strategis berupa keunggulan kompetitif sehingga akhirnya akan meningkatkan produktivitas dalam industri perbankan. Perkembangan teknologi

informasi memperlihatkan bermunculannya berbagai jenis kegiatan yang berbasis pada teknologi ini, seperti dalam bidang perbankan dengan menggunakan sistem jaringan ini untuk menyediakan layanan yang dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi keuangan yang dikenal dengan nama *Mobile Banking*.

2.2 Mobile Banking

Mobile banking merupakan suatu layanan yang ditawarkan oleh bank kepada para nasabah berupa suatu layanan *electronic banking (e-banking)* melalui sarana SMS untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan, misalnya cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya. Dengan adanya mobile banking, para nasabah dapat bertransaksi di mana saja kapan saja, tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut dan hampir dari semua bank yang sudah *go public* menawarkan fasilitas ini.

Menurut Almilia, L.S. menyatakan bahwa layanan sms banking dapat dipilih dengan berbagai cara, diantaranya ;

- Lewat SMS biasa (ketik SMS) transaksi dilakukan lewat pesan SMS dengan kode tertentu ke nomer khusus yang sudah disediakan.
- Lewat menu SIM Toolkit

Menu SIM Toolkit yakni menu yang biasanya terdapat pada kartu SIM misalnya : Satelindo@ccess, M3Access, Life in hand (ProXL), dan Navigator64 (Telkomsel).

- Lewat aplikasi java

Namun terlebih dahulu diharuskan menginstal aplikasinya ini juga dilakukan lewat SMS, hanya saja tidak lagi harus mengirimkan kode-kode tertentu. Untuk menikmati layanan ini diharuskan memiliki ponsel yang mendukung Java.

Dari ketiga cara yang ditawarkan diatas, yang paling fleksibel dan biasa digunakan oleh semua ponsel dan kartu SIM yakni cara pertama. Tidak perlu memiliki SIM card khusus dan tidak perlu memiliki ponsel berteknologi Java.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Achraf Ayadi (2005), *Mobile Banking* diperlakukan sebagai salah satu layanan sistem informasi dari pihak perbankan yang paling penting yang mampu menghasilkan informasi keuangan, yang meliputi cek saldo, transfer dana, informasi tagihan kartu kredit, pembayaran tagihan, dan sebagainya melalui suatu alat pemampu Internet tanpa kabel. Penting bagi nasabah untuk mendapat kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan dan melakukan transaksi secara *on-line*, tanpa harus mengunjungi Bank tempat mereka menjadi nasabah. Ketika nasabah merasa terpuaskan oleh dua hal yakni kecepatan dalam memperoleh informasi keuangan serta keakuratannya dan kemudahan dalam pelaksanaan aktifitas transaksi *m-banking* maka tujuan layanan SMS sebagai sistem informasi perbankan yang bernilai tambah akan tercapai.

2.3 Teori Tentang Pengadopsian Teknologi

Berbagai teori perilaku (*behavioral theory*) banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi oleh pengguna akhir (*end users*), diantaranya

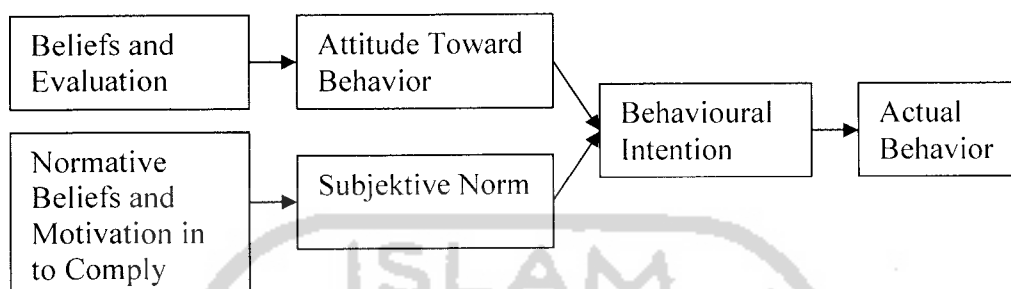
adalah *Theory of Reason Action*, *Theory of Planned Behaviour*, *Task Technology Fit Theory*, dan *Technology Acceptance Model*. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model penelitian yang paling luas digunakan untuk meneliti adopsi teknologi informasi. Lee, Kozar, dan Larsen (2003) menjelaskan bahwa dalam kurun waktu 18 tahun terakhir TAM merupakan model yang populer dan banyak digunakan dalam berbagai penelitian mengenai proses adopsi teknologi informasi. Model atau teori yang paling mutakhir adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), yang dikemukakan pertama kali oleh (Venkatesh, 2003).

2.3.1. *Theory of Reason Action* (TRA)

Theory of Reason Action dikembangkan oleh Fishbein and Ajzen (1975) yang membantu para peneliti untuk memahami dan memprediksi sikap dan perilaku individu (Davis, 1989). TRA telah berhasil memprediksi dan menjelaskan perilaku pada berbagai wilayah kajian. Teori tersebut paling sering digunakan sebagai model teoritis dalam sistem informasi. Kinerja seseorang mengenai perilaku tertentu ditentukan oleh tujuan untuk menjalankan perilaku, dan tujuan tersebut ditentukan oleh sikap dan norma subyektif (Davis, Bagozzi, dan Warshaw, 1989).

Beberapa faktor penentu dalam menetapkan perilaku penerimaan teknologi, antara lain: *behavioral intention* untuk menetapkan perilaku, apabila *behavioral intention* digabungkan dengan sikap atau *attitude* dan kaidah norma atau *subjective norm* (Ajzen dan Fishbein, 1980; Fishbein dan Ajzen, 1975 dalam Davis, 1989).

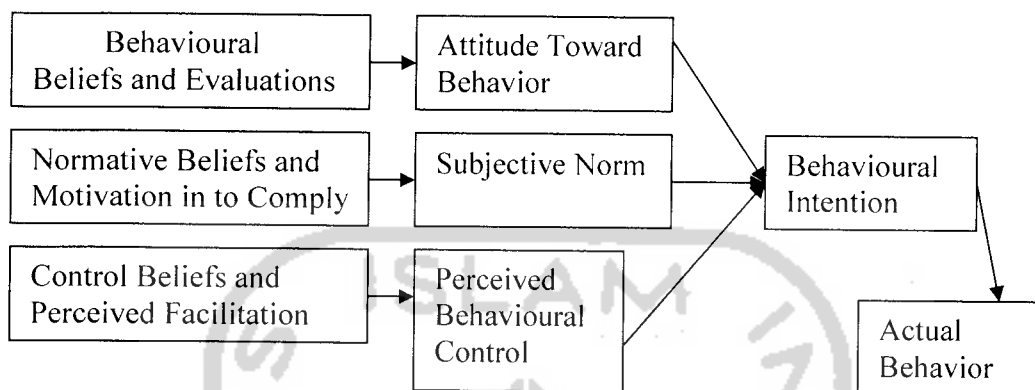
Gambar 2.1. Bagan TRA



2.3.2. Theory of Planned Behavior (TPB)

Menurut Budi Hermana (2005) TPB merupakan perluasan dari TRA, yaitu dengan penambahan variabel *perceived behavioral control* selain perilaku dan norma subjektif, untuk menerangkan situasi dimana individu tidak memiliki pengendalian terhadap perilaku yang diinginkannya (Ajzen, 1991 dalam Chau dan Hu 2001). Menurut King (2003), penelitian mengenai adopsi teknologi sudah menggunakan TRA dan TPB sebagai model teoritisnya, tetapi TRA lebih umum digunakan. Chau dan Hu (2001) menggabungkan TPB dengan TAM. Variabel pengendaliannya diukur dengan 3 indikator yaitu kemampuan, pengetahuan, dan sumber daya yang dimiliki.

Gambar 2.2. Bagan TPB



2.3.3. *Social Cognitive Theory*

Compeau dan Higgins (1999) dalam Budi Hermana (2005) sudah menggunakan model yang didasarkan pada teori kognitif yang dikembangkan oleh Bandura untuk menguji pengaruh *computer self-efficacy*, ekspektasi hasil, minat atau perhatian, serta kecemasan terhadap penggunaan komputer. Dalam teori ini *self-efficacy* merupakan *antecedent* terhadap penggunaan teknologi. Tanggapan emosional seperti perhatian dan kecemasan dipengaruhi oleh *self-efficacy*.

2.3.4. *Task-Technology Fit Theory*

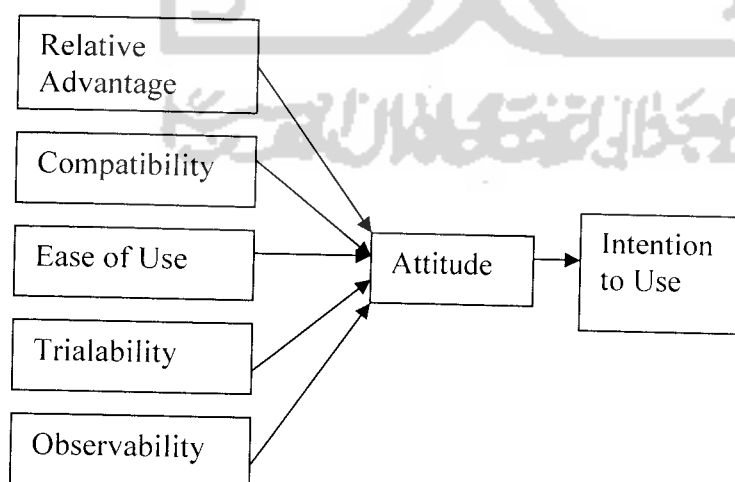
Inti dari model ini adalah konstruk yang disebut kecocokan tugas dengan teknologi atau *Task-Technology Fit* (TTF), yaitu kesesuaian antara kemampuan teknologi dengan tuntutan pekerjaan, atau kemampuan teknologi untuk mendukung pekerjaan (Goodhue dan Thompson, 1995). Beberapa penelitian yang menggunakan teori atau konstruk tersebut, sebagai pembanding atau dikombinasikan dengan TAM,

diantaranya adalah Thompson, Higgins, dan Howell (1991) dengan model *utilisasi personnel computer* (PC), serta Venkantesh dan Davis (2000) dan Klopping dan McKinney (2004) yang menggunakan variabel kesesuaian tersebut sebagai variabel eksternal terhadap TAM.

2.3.5. *The Diffusion of Innovation Theory* (IDT)

IDT dikemukakan oleh Rogers (1983) mendefinisikan difusi sebagai proses dimana sebuah inovasi dikomunikasikan dari waktu ke waktu melalui saluran-saluran tertentu antar anggota sebuah sistem sosial. Rogers (1995) menyebutkan terdapat lima faktor yang mempengaruhi suatu adopsi inovasi. Kelima faktor tersebut adalah *relative advantage*, *compatibility*, *complexity (ease of use)*, *trialability*, dan *observability*.

Gambar 2.3. Bagan IDT

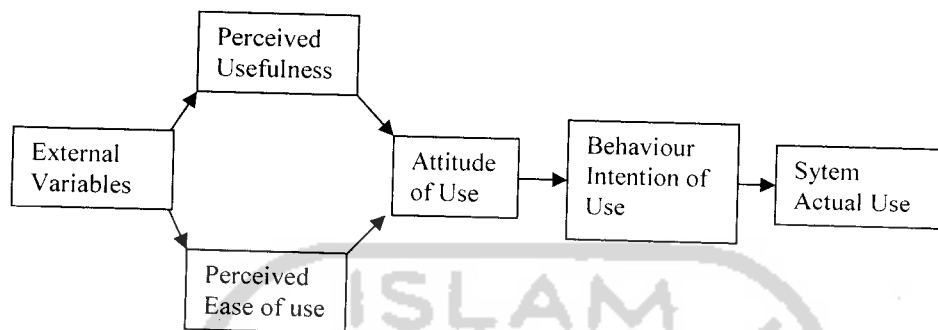


2.3.6. *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1986, adalah adaptasi dari TRA yang dibuat khusus untuk pemodelan penerimaan pengguna terhadap system informasi. Menurut Davis (1989), tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM menganggap bahwa 2 keyakinan individual, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*, disingkat PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*, disingkat PEOU), adalah pengaruh utama untuk perilaku penerimaan komputer.

Stevanus W. Wijaya (2005) menyatakan bahwa TAM mendeskripsikan terdapat dua faktor yang secara dominan mempengaruhi integrasi teknologi. Faktor pertama adalah persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi. Sedangkan faktor kedua adalah persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi. Kedua faktor tersebut mempengaruhi kemauan untuk memanfaatkan teknologi. Selanjutnya kemauan untuk memanfaatkan teknologi akan mempengaruhi penggunaan teknologi yang sesungguhnya. Pada umumnya pengguna teknologi akan memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang disediakan. Persepsi negatif akan muncul sebagai dampak dari penggunaan teknologi tersebut. Artinya persepsi negatif berkembang setelah pengguna pernah mencoba teknologi tersebut atau pengguna berpengalaman buruk terhadap penggunaan teknologi tersebut. Sehingga model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan upaya-upaya yang diperlukan untuk mendorong kemauan menggunakan teknologi.

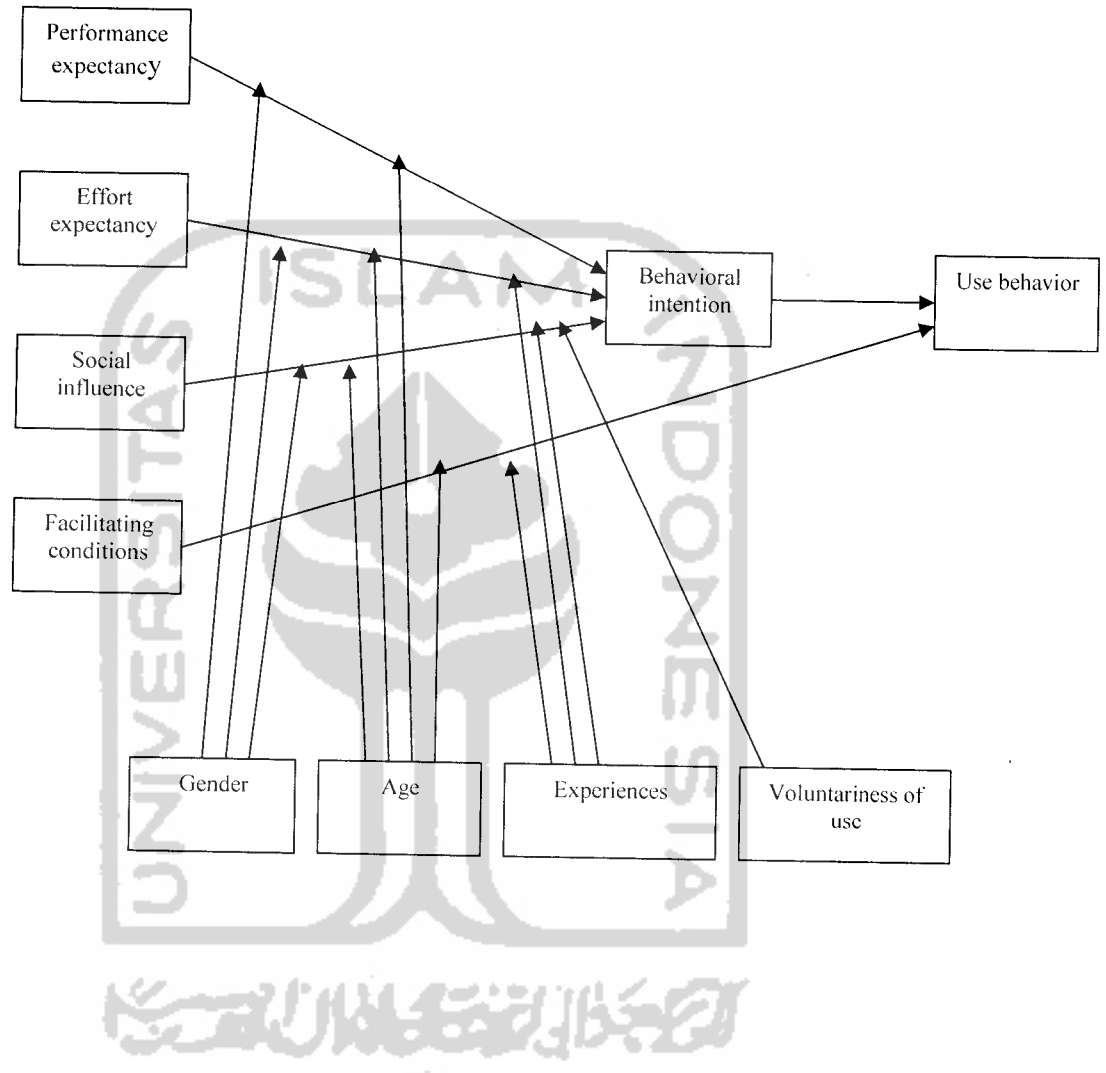
Gambar 2.4. Technology Acceptance Model



2.3.7. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

UTAUT model, yang dikemukakan oleh Venkatesh (2003), merupakan model yang disusun berdasarkan teori-teori dasar mengenai perilaku pengguna teknologi dan model penerimaan teknologi yaitu TRA, TAM, TPB, motivational model, Model pemanfaatan personal computer, teori difusi inovasi, dan SCT. Model ini terdiri dari 4 variabel sebagai determinan terhadap tujuan dan penggunaan teknologi informasi yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung; serta 4 variabel sebagai moderator antara determinan dengan tujuan dan penggunaan teknologi informasi, yaitu jenis kelamin, usia, pengalaman, dan kesukarelaan.

Gambar 2.5 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology



2.4 Formulasi Hipotesis

2.4.1. Resiko (*Percived Risk*)

Cunningham (1967) mengidentifikasi dua kategori utama dari *perceived risk*: pelaksanaan dan psikososial. Dia mengkategorikan pelaksana kedalam tiga tipe yang berbeda : ekonomi, waktu dan usaha; dan psikososial kedalam dua tipe: psikologi dan sosial. Selanjutnya dia membedakan resiko memiliki enam dimensi: (1) pelaksanaan, (2) finansial, (3) kesempatan/waktu, (4) keamanan, (5) sosial, dan (6) kerugian psikologikal. Kim dan Prabhakar (2002) memahami efek resiko dalam menerima teknologi seperti *internet banking* dengan mendemonstrasikan bahwa semakin banyak resiko yang ada, semakin kecil kemungkinan dia menerima teknologi yang baru.

Hal ini dapat diartikan bahwa resiko suatu saat mungkin menyebabkan kerugian yang dapat dirasakan oleh pengguna layanan mobile banking. Jika layanan tersebut memiliki tingkat resiko yang tinggi maka nasabah pasti akan berfikir dua kali untuk menggunakan mobile banking karena nasabah berpotensi mengalami kerugian. Oleh karena itu, apabila resiko yang dirasakan memiliki tingkatan yang rendah maka penggunaan terhadap layanan mobile banking akan tinggi begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu hipotesis yang akan diujikan adalah:

H_1 : *Resiko memiliki efek negatif pada perilaku pengadopsian mobile banking.*

Para peneliti menemukan bahwa resiko dipengaruhi oleh kepercayaan pada partner transaksi Javenpaa dan Todd (1998), Nooteboom et. al. (1997). Javenpaa dan Todd (1998) juga menunjukkan bahwa kepercayaan bekerja sebagai suatu mekanisme

dalam mengurangi resiko konsumen pada pembelian melalui internet. Penelitian terbaru akan internet banking menunjukkan bahwa kepercayaan mengurangi resiko dan memperkuat penggunaan jasa *online banking* (Yousafzai et. al., 2003, Suh dan Han, 2002). Sebaliknya, Nootboom et. al. (1997) menemukan bahwa meningkatnya resiko menurunkan level kepercayaan. Apabila resiko yang timbul dari layanan mobile banking memiliki tingkatan yang tinggi, maka manfaat dan kepercayaan terhadap penggunaan layanan mobile banking akan rendah. Nasabah pun tidak tertarik untuk menggunakan layanan mobile banking, karena nasabah tidak memiliki kepercayaan terhadap layanan mobile banking tersebut. Meskipun penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa resiko adalah faktor penting pada perilaku *online*, banyak pendapat bertentangan mengenai hubungan antara resiko dan kepercayaan dalam literatur penelitian. Sehingga dalam penelitian ini kami menguji hubungan antara resiko dan kepercayaan.

H_2 : *Resiko memiliki efek yang negatif pada kepercayaan.*

2.4.2. Kepercayaan (*Trust*)

Semua transaksi bisnis memerlukan beberapa elemen kepercayaan khususnya yang berhubungan dengan lingkungan yang tidak pasti (Lee, 1998). Dalam perdagangan elektronik, kepercayaan dapat dipandang sebagai suatu level kepercayaan diri yang diharapkan dari pihak lain dalam sebuah transaksi *online* (Javenpaa et. al., 1998).

Ketika konsumen pada awalnya telah mempercayai *e-vendors* mereka dan berpikir bahwa mengadopsi jasa online bermanfaat untuk performa pekerjaan atau gaya hidup, mereka pada akhirnya akan percaya bahwa jasa *online* sangat berguna (Gefen et. al., 2003). Kepercayaan juga memiliki pengaruh langsung pada niat konsumen untuk menggunakan jasa tersebut (Wu dan Chen, 2005). Kepercayaan adalah satu dari faktor yang menentukan dalam persepsi manfaat khususnya pada lingkungan online (termasuk *mobile banking*).

Dari pengertian di atas dapat diartikan bahwa apabila nasabah mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan *mobile banking*, maka nasabah akan tertarik untuk menggunakan *mobile banking*. Karena nasabah yakin jika menggunakan layanan *mobile banking* dapat memberikan manfaat bagi dirinya. Oleh karena itu hipotesis yang akan diuji adalah:

H₃: *Kepercayaan memiliki efek positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.*

H₄: *Kepercayaan memiliki efek positif pada persepsi manfaat dari mobile banking.*

2.4.3. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Perceived usefulness didefinisikan sedikit banyak sebagai faktor yang mempengaruhi kepercayaan seseorang bahwa memakai suatu sistem khusus akan menambah performa pekerjaan mereka. Menurut Davis (1986,1989) dan Adam et. al. (1992) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi (seperti *mobile banking*) akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Disamping itu, Wang et. al. (2003), juga

telah sukses memperkenalkan masalah-masalah kepercayaan yang berhubungan dengan privasi dalam penerimaan *online banking*.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa manfaat dari penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja orang yang menggunakannya. Apabila manfaat yang dirasakan oleh nasabah itu tinggi maka semakin tinggi pula keinginan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Sehingga dalam penelitian ini kami menguji hubungan antara persepsi manfaat terhadap perilaku pengadopsian *mobile banking*.

H₅ : *Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.*

2.4.4. Kualitas Sistem (*System Quality*)

Seddon (1997) mengartikan kualitas sitem sebagai “ada atau tidaknya *bugs* (kerusakan atau gangguan dalam konteks IT) dalam sistem, konsistensi dari pengguna, EOU/kemudahan dalam penggunaan, kualitas dokumentasi, dan terkadang, kualitas dan kemampuan untuk menjaga kode program”. Karakteristik dari kualitas sistem relevan dengan konsep kepercayaan karena penelitian terbaru mengungkapkan bahwa aspek teknis dari IT buatan manusia mempengaruhi kemauan untuk percaya dari para penggunanya. Singkatnya, Mc Knight et. al. (2002) mengungkapkan bahwa kualitas situs merupakan alat prediksi kepercayaan yang lebih kuat dibandingkan dengan reputasi atau jaminan struktural dari *Web*. Dalam pembahasan tambahan milik Nelson et. al. (2005) tentang kualitas sistem dalam penelitian Sistem Informasi,

Mereka mengidentifikasi dua area IT yang membutuhkan investigasi lebih lanjut tentang bentuk kualitas sistem yang relevan: “Aplikasi yang berbasis *Web* dan pelayanan Internet dalam ponsel”. Berdasarkan hal itu, Kami memilih dua bentuk kualitas sistem yang seharusnya mempunyai hubungan erat dengan kepercayaan terhadap teknologi perdagangan melalui ponsel yaitu struktur navigasi dan daya tarik visual. Tiap-tiap aspek ini sangat sering dikutip dalam literatur tentang *m-commerce* (*mobile commerce*/perdagangan lewat ponsel) dan sangat berhubungan dengan kualitas teknologi yang telah dijelaskan sebelumnya yang juga mempengaruhi kepercayaan terhadap IT buatan manusia.

Nelson et. al. menulis bahwa struktur navigasi sangat vital dalam hal perdagangan lewat situs pada ponsel karena terbatasnya luas layar/monitor. Lebih spesifik lagi bagaimana informasi secara logis dan secara spontan diatur di dalam sebuah situs *m-commerce*.

Montoya et. al. (2003) mendefinisikan daya tarik visual sebagai aspek nyata dalam lingkungan online yang mencerminkan “lihat dan rasakan” atau daya pikat yang teras dari sebuah *Web Site*. Daya tarik visual menunjukkan daya pikat dari sebuah *Web Site* termasuk grafis, warna, dan jenis huruf. Berbagai jenis estetika yang telah disebutkan tadi bisa menjadi penentu penting dari “kredibilitas penampilan” yang merupakan penjelasan dari “seseorang percaya pada seseorang atau sesuatu berdasarkan pada inspeksi (pemeriksaan) yang sederhana”. Tseng dan Fogg (1999) menjelaskan bahwa dengan kredibilitas penampilan, orang-orang menilai buku dari sampulnya. Dalam dunia dimana manusia saling berhubungan, kami secara otomatis

membuat penilaian kredibilitas dari tipe seperti ini. Bagaimana seseorang berpakaian atau bahasa yang mereka gunakan langsung mempengaruhi persepsi kita atas kredibilitas mereka. Hal yang sama juga berlaku pada sistem komputer dan aplikasinya. Sebagai contoh halaman *Web* bisa terlihat kredibilitasnya hanya karena desain visualnya. Kim dan Moon (1998) mengemukakan bahwa elemen-elemen visual seperti rancangan dasar dan pemilihan warna, mempengaruhi persepsi pengguna tentang pantasnya sebuah *Web Site* untuk dapat dipercaya.

Beberapa penelitian telah menunjukkan pada desain interaksi antar pengguna yang bagus sebagai maksud dari membangun kepercayaan terhadap IT buatan manusia. Bart et. al. (2005) mengungkapkan bahwa kemampuan navigasi dan presentasi grafis adalah pemicu yang penting untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan terhadap *Web site* dan memaksa manajer untuk “menjelajah melebihi privasi dan keamanan dan fokus pada faktor-faktor seperti navigasi dan presentasi”. Lebih lanjut lagi, Bart mengungkapkan bahwa baik navigasi maupun presentasi grafis, dan juga ukuran kualitas *Web site* adalah alat prediksi yang lebih signifikan untuk kepercayaan pelanggan terhadap *Web site* dibandingkan dengan fitur privasi dan keamanan.

Sejalan dengan penemuan yang telah dijelaskan diatas, kami berhipotesis bahwa struktur navigasi dan daya tarik visual secara langsung akan mempengaruhi kepercayaan terhadap IT buatan manusia. Selama proses pembentukan kepercayaan, orang-orang akan mengamati isyarat yang ada untuk membentuk sebuah kepercayaan. Dalam lingkungan *online* seperti perdagangan lewat ponsel dimana

isyarat yang ada sangat terbatas, elemen kualitas sistem seperti keindahan visual bisa sangat mempengaruhi pembentukan kepercayaan dan secara tidak langsung, niat mempercayai dan perilaku. Oleh karena itu hipotesis yang akan diuji adalah:

H₆: *Kualitas sistem memiliki pengaruh positif pada kepercayaan.*

2.4.5. Budaya (*Culture*)

Budaya dapat dijelaskan sebagai nilai-nilai dan norma-norma, dimana nilai mengindikasikan apakah melakukan atau memiliki dapat mempunyai arti, dan norma adalah kepercayaan akan sikap atau perilaku (Straub et. al., 2002). Budaya juga dapat berarti perbedaan dalam kepercayaan, nilai-nilai dan motivasi antara satu kelompok dengan yang lainnya (Goodman & Green, 1992).

Hofstede mendefinisikan budaya sebagai “serangkaian pemikiran yang terprogram yang membedakan anggota masyarakat satu dengan yang lain” (1980, p. 260). Hofstede juga memberikan 4 dimensi budaya nasional yang terdiri dari: *masculinity/feminnity*, *individualism/kolektivism*, *power distance*, *uncertainty avoidance* (Hofstede, 1980). Sebagian besar definisi (atas budaya) dibuat dengan berdasarkan pada asumsi bahwa keanggotaan seseorang atau individu dalam sebuah kelompok budaya tertentu, misalnya budaya nasional mereka, akan menentukan perilaku mereka dalam memilih nilai-nilai yang akan mereka dukung. Meskipun demikian, nilai-nilai individu mulai berubah dan dipengaruhi oleh keanggotaan mereka dalam sebuah profesi, organisasi, etnik, kepercayaan dan berbagai grup-grup sosial lainnya, masing-masing grup tersebut memiliki kebudayaan dan serangkaian

nilai tersendiri. Oleh karena itu, pada individu satu dengan yang lain terdapat perbedaan besar dalam besarnya dukungan mereka, jika hal ini tidak ada, maka nilai-nilai akan ditentukan oleh budaya grup tertentu, misalnya budaya nasional.

Pengaruh budaya tidaklah bersifat homogen, akan tetapi pengaruhnya tergantung pada seberapa jauh seseorang terlibat dalam nilai-nilai budaya tersebut. Untuk mengetahui bagaimana budaya mempengaruhi penggunaan sebuah teknologi adalah dengan mengidentifikasi nilai-nilai budaya guna memperkirakan perilaku individu. Dengan memperkirakan perilaku individu, maka akan dapat diketahui seberapa jauh seseorang dalam menerima keberadaan sebuah teknologi. Nilai-nilai budaya telah terbukti memiliki pengaruh kebutuhan serta motivasi untuk menggunakan sebuah produk, kegunaan dari produk tersebut dan perilaku untuk membeli dan menggunakan produk tersebut (Hofstede dan Associates, 1998).

2.4.5.1 Masculinity dan Femininity

Secara biologis seorang pria biasanya lebih kekar dibandingkan dengan seorang wanita atau sebaliknya, seorang wanita biasanya lebih lemah gemulai. Postur tubuh kaum pria biasanya juga lebih tinggi. Di sisi lain wanita biasanya lebih cepat pulih dari kelelahan karena metabolisme wanita lebih cepat daripada pria. Di samping perbedaan secara biologis, pria dan wanita juga berbeda secara *behavioral*. Wanita biasanya lebih feminin – lebih peduli, lebih sensitif, statis dan lebih perhatian serta lebih ngemong. Sedangkan pria lebih maskulin – lebih kompetitif, *macho*, dinamik dan lebih asertif. Meski kecenderungan ini berlaku umum, bukan berarti

tidak ada wanita yang lebih kekar atau lebih tinggi dari pria, atau tidak ada pria yang lebih lemah gemulai. Demikian juga bukan berarti tidak ada pria yang lebih feminin atau sebaliknya wanita lebih maskulin. Pengecualian pasti terjadi namun kecenderungan umum seperti tersebut diatas tampaknya tidak bisa dielakkan (Ahmad Sobirin, 2007).

Nilai – nilai maskulinitas merefleksikan penekanan pada usaha yang dilakukan untuk meraih tujuan, keberanian, dan kesuksesan materi sebagai lawan dari nilai – nilai feminin yang berpusat pada kualitas tujuan hidup, perkembangan, dan perawatan (Hofstede, 1998).

Harus digaris bawahi bahwa maskulinisme/femininisme tidaklah sama dengan jenis kelamin yang didefinisikan sebagai jenis kelamin secara biologis (laki – laki dan perempuan). Maskulinisme/femininisme adalah ukuran jenis kelamin secara psikologis, yang mengarah kepada apakah masyarakat ataupun tiap individu mendukung nilai – nilai maskulinisme (misalnya dengan menjadi agresif) atau mendukung nilai – nilai femininisme (misalnya dengan melakukan hal – hal bersifat melestarikan) (Bem, 1981, Hofstede, 1984). Oleh karena itu laki – laki dan perempuan dapat memberikan dukungan terhadap maskulinisme/femininisme dalam besaran yang berbeda (Bem, 1981, Constantinopel, 1973).

Penelitian IS yang sebelumnya telah mengamati peranan jenis kelamin pada penerimaan teknologi (Gefen dan Straub, 1997, Venkatesh dan Morris, 2000, Venkatesh, 2000), Venkatesh, 2003). Meskipun jenis kelamin diartikan sebagai laki – laki dan perempuan dalam penelitian tersebut, penulisnya membuat argumen teoritis

tentang pengaruh jenis kelamin berdasarkan pada nilai – nilai maskulinisme dan femininisme. Pada kenyataannya, di dalam kesimpulannya, Venkatesh et al. (2003) menunjukkan kemungkinan yang lebih besar bahwa pengaruh jenis kelamin yang diamati dapat menjadi sebuah penampakan atau manifestasi pengaruh yang disebabkan oleh maskulinisme dan femininisme bukan dari sekedar jenis kelamin secara fisik dan adanya kebutuhan akan adanya penelitian lebih lanjut di masa depan untuk mengamati psikologi jenis kelamin sebagai penyebab terjadinya hasil yang sebelumnya telah diamati. Pada studi lanjutan, Venkatesh (2004) menemukan bahwa ketika seseorang yang bertipe gender maskulin mengalami pola hasil yang sama dengan lelaki pada penelitian yang sebelumnya, sedangkan seseorang bertipe gender feminin menunjukkan pola hasil yang berbeda dengan perempuan pada penelitian yang sebelumnya, hal tersebut memberikan bukti bahwa jenis kelamin atau gender secara psikologi dan biologis adalah dua hal yang berbeda dan pengaruh yang diamati secara teoritis dapat dimasukkan ke dalam gender secara psikologi.

Nilai – nilai yang aktif berhubungan dengan nilai – nilai maskulinitas (Venkatesh dan Morris, 2000, Venkatesh, 2004). Pada kenyataannya, meta analisis yang dilakukan oleh (Taylor dan Hall,1982) menyarankan bahwa skala korelasi maskulinitas dengan perilaku yang aktif seperti hasil empiris pada penelitian yang tertera pada Venkatesh et. al. (2004) mengindikasikan bahwa ketika individu yang bertipe gender maskulin mengadopsi teknologi baru akan dipengaruhi oleh sikap (faktor kepercayaan) akan tetapi hal tersebut tidak terjadi pada individu yang bertipe gender feminin. Sebagai konsekuensinya, Kami berharap banyak bahwa tiap individu

yang bertipe gender maskulin lebih berpegang teguh pada manfaat yang dirasakan ketika menilai sebuah sistem daripada individu yang bertipe gender feminin. Oleh karena itu kami berkesimpulan bahwa:

H₇: Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai maskulinisme.

2.4.5.2. Individualism dan Collectivism

Pada budaya individualisme, perilaku sosial selalu dilatarbelakangi oleh tujuan perorangan, sedangkan pada budaya kolektif tujuan yang terbentuk secara bersama – sama atau kolektif secara dominan mempengaruhi pembentukan perilaku (Triandis, 1989a). Ketika terjadi konflik antara tujuan bersama dan perseorangan, pada budaya individualisme untuk menerima bahwa tujuan perseorangan lebih penting adalah hal yang sudah sangat biasa. Oleh karena itu, dapat dilihat bahwa orang yang bersifat individualism lebih independen dan tidak tergantung kepada orang lain (Redding dan Baldwin, 1991) dan bersifat kurang loyal terhadap kelompoknya jika dibandingkan dengan orang – orang yang bersifat kolektif (Hofstede, 1984). Pada budaya individualisme, jati diri seseorang dianggap sebagai bagian terpisah dari masyarakat dan identitasnya ditentukan oleh pencapaiannya sendiri tidak ditentukan oleh keanggotaannya terhadap sebuah kelompok ataupun posisi kelompoknya di masyarakat (Hofstede, 1980). Pada kenyataan yang diperoleh melalui meta-analisis yang dilakukan oleh Bond dan Smith (1996) terdapat sebuah bukti yang

mengindikasikan bahwa budaya kolektif menunjukkan kebersamaan dan keseragaman yang lebih tinggi tingkatnya dibandingkan budaya individualism, karena budaya individualisme memberikan ruang yang lebih besar bagi inisiatif perseorangan (Hofstede, 1984).

Oleh karena itu, ketika seseorang memutuskan untuk mengadopsi sebuah teknologi baru seperti *mobile banking*, individu yang bersifat individualis akan mengadopsi *mobile banking* ketika dia percaya jika *mobile banking* mempunyai manfaatnya bagi dirinya walaupun tidak bagi orang lain. Sedangkan individu yang bersifat kolektif akan mengadopsi *mobile banking* ketika ada orang lain yang telah lebih dulu merasakan manfaat dari pengadopsian *mobile banking* tersebut. Maka hipotesis yang akan diuji adalah:

H₃: *Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang menganut nilai-nilai budaya individualis.*

2.4.5.3. *Power Distance*

Power distance didefinisikan sejauh mana anggota-anggota biasa (yang tidak memiliki kekuasaan) sebuah institusi dan atau anggota organisasi berharap dan mau menerima kenyataan bahwa kekuasaan tidak didistribusikan secara merata (Hofstede dalam Ahmad Sobirin, 2007). Yang dimaksud dengan institusi di sini adalah elemen-elemen utama sebuah masyarakat seperti keluarga, sekolah dan komunitas. Sedangkan organisasi adalah tempat seseorang melakukan pekerjaan. Berdasarkan

definisi ini, dengan demikian *power distance* merupakan dimensi budaya nasional yang mengungkap jarak hubungan (tingkat ketidaksetaraan) antara bawahan dengan atasan, antara seseorang dengan status sosial lebih rendah dengan seseorang yang memiliki status sosial lebih tinggi, dan atau antara orang yang tidak memiliki kekuasaan dengan orang yang berkuasa. Oleh Hofstede, ketidaksetaraan hubungan tersebut dibedakan menjadi dua yaitu *large power distance* dan *small power distance*.

Large power distance, dimana dalam batas-batas tertentu ada sekelompok masyarakat yang menyadari bahwa dirinya adalah orang kecil, tidak memiliki wewenang, tidak memiliki kekuasaan, dan tidak memiliki pengaruh sehingga menyerahkan segala urusan yang menyangkut nasib dirinya dan kelompoknya kepada orang lain yang memiliki kedudukan dan berkuasa. Oleh karenanya mereka rela diberi petunjuk, diarahkan, diperintah dan bahkan dimarahi sekalipun. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa orang yang tidak memiliki kekuasaan cenderung bergantung kepada orang yang memiliki kekuasaan. Hubungan mereka memiliki jarak yang cukup lebar dan hirarkhis namun dianggap sesuatu yang normal.

Small power distance, dimana kelompok masyarakat yang memiliki kecenderungan sebaliknya disebut masyarakat yang memiliki jarak kekuasaan yang sempit. Karena jarak hubungan yang relatif sempit maka kedudukan orang yang tidak memiliki kekuasaan dengan orang yang berkuasa relatif setara sehingga tidak saling bergantung.

Oleh karena itu, ketika seseorang memutuskan untuk mengadopsi sebuah teknologi baru seperti mobile banking, individu yang menjunjung nilai-nilai jarak

kekuasaan yang tinggi akan bersifat bergantung kepada orang lain, ketika banyak orang lain yang mengadopsi *mobile banking*, maka individu tersebut akan ikut mengadopsi *mobile banking* walaupun itu sebenarnya bermanfaat atau tidak bagi individu tersebut. Tetapi individu yang menjunjung nilai-nilai jarak kekuasaan yang rendah akan bersifat tidak tergantung kepada orang lain. Ketika individu tersebut merasakan manfaat yang besar dan yakin bahwa *mobile banking* dapat meningkatkan kinerjanya, maka individu tersebut akan memutuskan untuk mengadopsi *mobile banking* walaupun ada juga orang lain yang tidak merasakan manfaatnya. Maka hipotesis yang akan diuji adalah:

H₉: Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang rendah terhadap nilai-nilai budaya jarak kekuasaan.

2.4.5.4 Uncertainty Avoidance

Setiap orang hampir pasti menyadari bahwa masa datang merupakan sesuatu yang tidak diketahui (*unknown*), tidak bisa diprediksi (*unpredictable*), dan tidak menentu/tidak pasti (*uncertain*). Meski kesadaran mereka sama, reaksi masing-masing individu terhadap ketidaktahuan dan ketidakpastian itu ternyata bermacam-macam.

Toleransi yang berbeda terhadap ketidakpastian menunjukkan bahwa reaksi terhadap ketidakpastian sesungguhnya sangat subjektif dan tidak sama antara satu orang dengan orang lain. Karena bersifat subjektif, reaksi tersebut sangat bergantung

pada pengalaman, tata nilai dan kepribadian masing-masing orang. Namun jika subjektivitas ini juga dituturkan dan diajarkan kepada banyak orang melalui intitusi formal maupun informal boleh jadi reaksi yang pada awalnya subjektif lama kelamaan jadi reaksi bersama. Artinya reaksi terhadap ketidakpastian juga bersifat kultural. Berdasarkan alasan temuan ini Hofstede dalam Ahmad Sobirin (2007) menunjukkan bahwa upaya menghindari ketidakpastian/ketidaktentuan merupakan salah satu dimensi kebudayaan nasional. Hofstede selanjutnya mendefinisikan upaya menghindari ketidakpastian/ketidaktentuan sebagai sejauh mana anggota masyarakat merasa terancam oleh situasi yang tidak menentu atau tidak diketahui sebelumnya.

Ada yang beranggapan bahwa ketidakpastian itu bagian dari hidup yang tidak perlu dicemaskan. Toleransi mereka terhadap ketidakpastian dengan demikian sangat tinggi (*weak uncertainty avoidance*). Akibatnya kelompok orang ini tidak menganggap perlu untuk melakukan tindakan-tindakan tertentu yang bertujuan hanya sekedar untuk menghindari ketidakpastian. Sebaliknya, ada juga kelompok orang yang sama sekali tidak toleran dan merasa sangat takut terhadap ketidakpastian (*strong uncertainty avoidance*). Mereka menganggap ketidakpastian merupakan sebuah ancaman dan oleh karenanya perlu diupayakan dan diantisipasi sedini mungkin tindakan pencegahannya agar kelak tidak terjadi hal-hal buruk. Bagi mereka serba pasti adalah kenyamanan hidup. Salah satu contoh jika kita mengadopsi sebuah teknologi baru seperti *mobile banking*, ketika kita melakukan transaksi pembelian secara *on line* kita bisa mengatasi keragu-raguan kita apakah transaksi

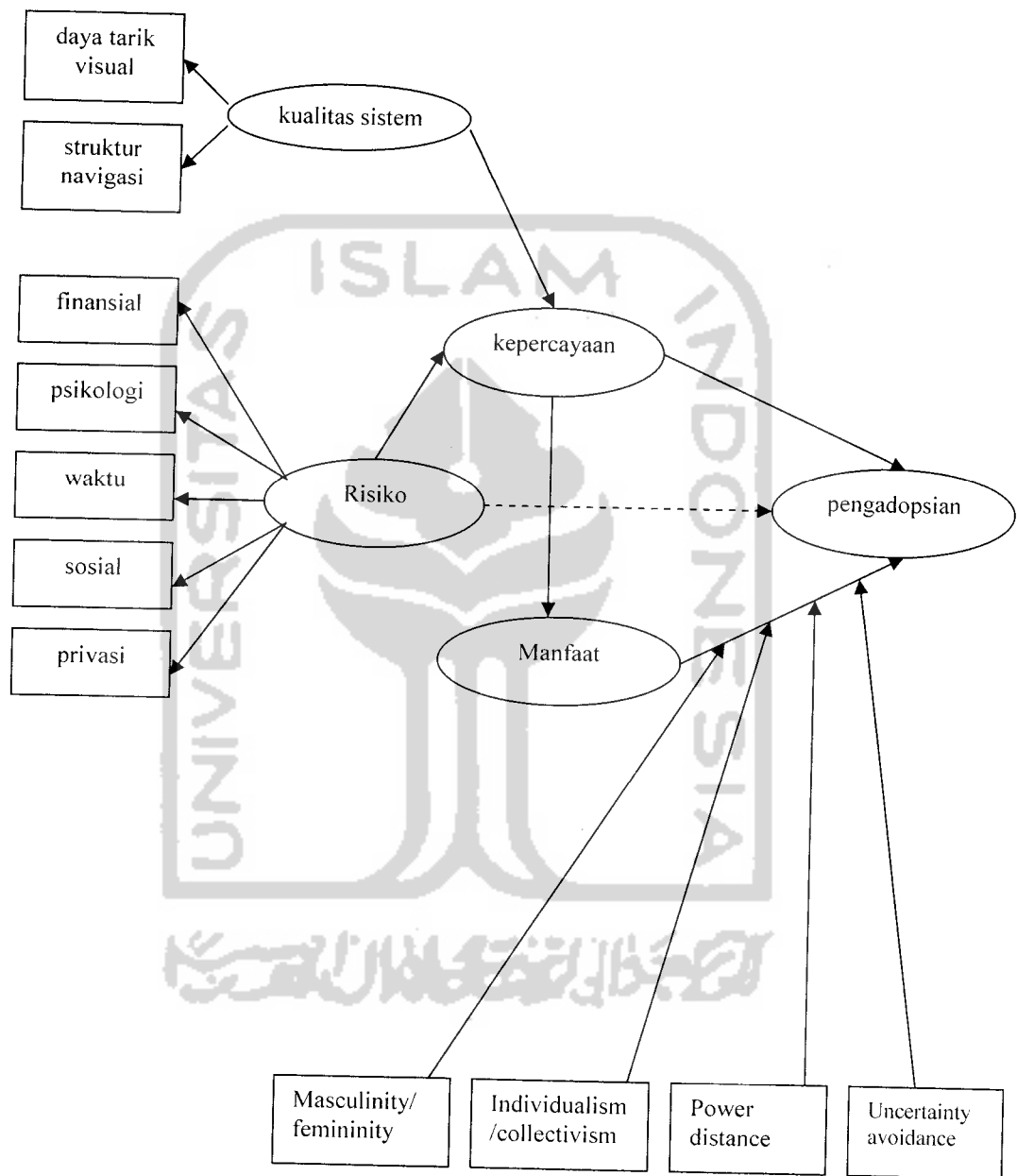
tersebut telah berhasil dilakukan dan apakah nominalnya telah sesuai yaitu dengan cara mengecek saldo kita melalui *mobile banking*.

Oleh karena itu, ketika individu tersebut menjunjung nilai-nilai menghindari ketidakpastian yang tinggi dan menganggap ketidakpastian merupakan sebuah ancaman maka perlu diupayakan dan diantisipasi sedini mungkin sehingga individu tersebut akan merasakan manfaat *mobile banking* yaitu seseorang akan lebih cepat mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk meminimalisasi ketidakpastian karena fasilitas *mobile banking* dapat digunakan kapanpun dan dimanapun.

Maka hipotesis yang akan diuji adalah:

H₁₀: *Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang tinggi terhadap nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian.*

Gambar 2.6 Model Pengujian



Variable moderat

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan diamati atau diteliti (Supardi, 2005). Populasi sebagai kumpulan atau agregasi dari seluruh elemen-elemen atau individu yang merupakan sumber informasi dalam suatu penelitian. Sedangkan sampel adalah bagian atau wakil populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasinya, diambil sebagai sumber data penelitian.

Berdasarkan pengertian tersebut target populasi dalam penelitian ini adalah semua individual yang menggunakan layanan mobile banking di Indonesia. Dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna mobile banking pada bank-bank yang sudah mengaplikasikan mobile banking di Yogyakarta. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Metode *convenience sampling* merupakan metode pemilihan sampel dari elemen populasi yang datanya mudah diperoleh peneliti.

3.2. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Sampel

Data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian atau sumber data pertama dilokasi penelitian. Teknik

penarikan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik aksidental didasarkan pada kemudahan (*convenience*) dimana sampel dapat terpilih karena berada pada waktu, situasi dan tempat yang tepat (Prasetyo dan Lina, 2005).

Data diambil dengan menyebarkan kuisioner atau angket yang telah memenuhi kriteria. Kriteria tersebut yaitu nasabah yang telah menggunakan atau yang telah mengaplikasikan layanan mobile banking di Yogyakarta. Karena pengujian hipotesa menggunakan *Simultaneous Equation Model* (SEM), jumlah kuesioner yang bisa diproses paling tidak sebanyak 100 (Hair et al, 2006).. Sedangkan data sekunder didapatkan dari kajian literatur berupa artikel-artikel yang berisi penelitian terdahulu, buku, jurnal, dll.

3.3. Operasionalisasi Variabel

3.3.1. Variabel dependen

3.3.1.1. Pengadopsian mobile banking

Ketika suatu sistem baru diterapkan, respon positif pengguna (*user*) dapat dijadikan indikator keberhasilan sistem tersebut. Begitu pula dengan pengadopsian layanan mobile banking yang dilakukan oleh suatu bank. Respon nasabah sebagai pengguna akhir (*end user*) merupakan indikator berjalan tidaknya sistem tersebut.

Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan yang diadopsi dari kuisioner Igbaria (1994), Nelson (1996), Luthans (1995), Pikkarainen et. al. (2004) dan Bhattacharjee dan Sanford (2006). Pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat penggunaan

layanan mobile banking rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking yang tinggi.

3.3.2. Variable independen

3.3.2.1. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

Variabel ini diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan yang diadopsi dari kuisisioner Tero Pikkarainen, Heikki Karjaluoto dan Seppo Pahnla (2004). Pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking yang tinggi.

3.3.2.2. Resiko (*Percived Risk*)

Resiko yang dirasakan adalah resiko yang timbul akibat mengimplementasikan suatu sistem. Dalam mobile banking, resiko yang dirasakan dapat dipengaruhi oleh kinerja keuangan, resiko psikologi, resiko waktu, resiko sosial, dan resiko privasi. Selain itu resiko yang dirasakan pun memiliki pengaruh terhadap kepercayaan nasabah.

Variabel ini diukur dengan menggunakan 8 item pertanyaan yang diadopsi dari kuisisioner Podder, B (2005) dan Gewald et al (2006). Pengukuran variabel

menggunakan skala likert dengan interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking yang tinggi.

3.3.2.3. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan adalah sekumpulan keyakinan yang dipegang oleh para pelanggan terhadap karakteristik bank dan kemungkinan perilaku konsumen bank di masa yang akan datang.

Variabel ini diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan yang diadopsi dari kuisisioner Kyung Kyu Kim, Bipin Prabhakar (2004). Pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking yang tinggi.

3.3.2.4. Kualitas Sistem (*System Quality*)

Seddon mengartikan kualitas sistem sebagai ada tidaknya "bugs" (kerusakan atau gangguan dalam konteks IT) dalam sistem, konsisten dari pengguna, EOU/kemudahan dalam penggunaan, kualitas dokumentasi, dan terkadang kualitas dan kemampuan untuk menjaga kode program.

Variabel ini diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan yang diadopsi dari kuisisioner Vance, A et. al. (2008). Pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan

mobile banking rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking yang tinggi.

3.3.3. Variabel moderat

3.3.3.1. Kebudayaan

Hofstede mendefinisikan budaya sebagai “serangkaian pemikiran yang terprogram yang membedakan anggota masyarakat satu dengan yang lain” (1980, p. 260). Beliau juga memberikan 4 dimensi budaya nasional yang terdiri dari: *masculinity/femininity*, *individualism/colectivism*, *power distance*, serta *uncertainty avoidance* (Hofstede, 1980).

3.3.3.1.1. *Masculinity/Femininity*

Masculinity/femininity adalah ukuran jenis kelamin secara psikologis, yang mengarah kepada apakah masyarakat ataupun tiap individu mendukung nilai – nilai maskulinisme (misalnya dengan menjadi agresif) atau mendukung nilai – nilai femininisme (misalnya dengan melakukan hal – hal bersifat melestarikan) (Bem, 1981; Hofstede, 1984). Oleh karena itu laki – laki dan perempuan dapat memberikan dukungan terhadap maskulinisme/femininisme dalam besaran yang berbeda (Bem, 1981; Constantinopel 1973).

Variabel ini diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan yang diadopsi dari kuisisioner Srite dan Karahanna (2006). Pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat penggunaan

layanan mobile banking rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking yang tinggi.

3.3.3.1.2. Individualism/Colectivism

Pada budaya individualisme, perilaku sosial selalu dilatarbelakangi oleh tujuan perorangan, sedangkan pada budaya kolektif tujuan yang terbentuk secara bersama – sama atau kolektif secara dominan mempengaruhi pembentukan perilaku (Triandis, 1989a).

Variabel ini diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan yang diadopsi dari kuisisioner Srite dan Karahanna (2006). Pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking yang tinggi.

3.3.3.1.3. Power Distance

Power distance merupakan dimensi budaya nasional yang mengungkap jarak hubungan (tingkat ketidaksetaraan) antara bawahan dengan atasan, antara seseorang dengan status sosial lebih rendah dengan seseorang yang memiliki status sosial lebih tinggi, dan atau antara orang yang tidak memiliki kekuasaan dengan orang yang berkuasa. Oleh Hofstede, ketidaksetaraan hubungan tersebut dibedakan menjadi dua yaitu *large power distance* dan *small power distance*.

Variabel ini diukur dengan menggunakan 7 item pertanyaan yang diadopsi dari kuisisioner Srite dan Karahanna (2006). Pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking yang tinggi.

3.3.3.1.4. *Uncertainty avoidance*

Hofstede mendefinisikan upaya menghindari ketidakpastian/ketidaktentuan sebagai sejauh mana anggota masyarakat merasa terancam oleh situasi yang tidak menentu atau tidak diketahui sebelumnya.

Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan yang diadopsi dari kuisisioner Srite dan Karahanna (2006). Pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan interval dari skor/skala 1 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking rendah sampai dengan skor/skala 6 yang menunjukkan tingkat penggunaan layanan mobile banking yang tinggi.

3.4. Uji Kualitas Data

3.4.1. Uji Validitas

R.G Sudarmanto (2005) Uji validitas dilakukan untuk menguji seberapa cermat tes yang telah dilakukan pada data penelitian. Tes dilakukan untuk menghasilkan apakah data yang digunakan dalam penelitian relevan dengan tujuan penelitian. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian adalah uji validitas item,

artinya uji yang dilakukan terhadap kualitas item – item pada setiap variabel penelitian. Sehingga apabila item pertanyaan tersebut mampu mengukur apa yang hendak diukur maka disebut valid, namun jika sebaliknya maka disebut tidak valid. Untuk menaksir validasi item pertanyaan, penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yang dibantu dengan program aplikasi AMOS versi 7.0 . Semua item faktor *loading* harus signifikan dan bernilai $<0,50$.

3.4.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk diinginkan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang tidak baik akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung Cronbach Alpha dari masing-masing item dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 (Nunnaly, 1978).

Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap semua butir pertanyaan yang sudah lolos uji validitas. Untuk mengetahui reliabilitas instrumen digunakan teknik Cronbach's Alpha. Teknik ini dipilih karena merupakan teknik pengujian konsistensi

reabilitas antar item yang paling populer dan menunjukkan indeks konsistensi reliabilitas yang cukup sempurna. Nilai Cronbach's Alpha semakin mendekati angka 1 mengindikasikan bahwa instrumen semakin tinggi reliabilitasnya. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,80 s.d 1,0 dikategorikan reliabilitas baik, nilai Cronbach's Alpha antara 0,60 s.d 0,79 dikategorikan reliabilitas diterima, dan nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,60 dikategorikan reliabilitas kurang baik (Sekaran, 1992).

3.5. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan software AMOS versi 7.0. SEM mengestimasi beberapa persamaan regresi berganda secara bersamaan dan berisi beberapa teknik statistik yang dapat digunakan pada model-model teoritis. Berdasarkan gambar 2.5, persamaan regresi berganda yang digunakan adalah:

$$\text{PMB} = \beta_1 \text{PM} + \beta_2 \text{KP} + \beta_3 \text{MF} + \beta_4 \text{IC} + \beta_5 \text{PD} + \beta_6 \text{UA} \varepsilon_1 + \beta_7 \text{PMMF} + \beta_8 \text{PMIC} + \beta_9 \text{PMPD} + \beta_{10} \text{PMUA} + \varepsilon_1 \dots \dots \dots (3.1)$$

$$\text{PM} = \beta_{11} \text{KP} + \varepsilon_2 \dots \dots \dots (3.2)$$

$$\text{KP} = \beta_{16} \text{R} + \beta_{17} \text{KS} + \varepsilon_3 \dots \dots \dots (3.3)$$

$$\text{R} = \beta_{18} \text{RF} + \beta_{19} \text{RS} + \beta_{20} \text{RPS} + \beta_{21} \text{RPV} + \beta_{22} \text{RW} + \varepsilon_4 \dots \dots \dots (3.4)$$

$$\text{KS} = \beta_{23} \text{DTV} + \beta_{24} \text{SN} + \varepsilon_5 \dots \dots \dots (3.5)$$

Dimana :

PMB = Pegadopsian mobile banking

PM = Persepsi Manfaat

KP = Kepercayaan

MF = Masculinity/Femininity

IC	= Individualisme/Collectivisme
PD	= Power Distance
UA	= Uncertainty Avoidance
R	= Resiko
RF	= Resiko Finansial
RS	= Resiko Sosial
RPS	= Resiko Psikologi
RPV	= Resiko Privasi
RW	= Resiko Waktu
KS	= Kualitas Sistem
DTV	= Daya Tarik Visual
SN	= Struktur Navigasi
β_{1-24}	= Koefisien regresi berganda
ϵ_{1-5}	= Tingkat kesalahan yang biasanya 0

3.6. Pengujian Hipotesa

Pengujian hipotesa dilakukan dengan menggunakan uji-t yang juga biasa disebut uji parsial. Uji parsial adalah koefisien regresi untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila probabilitas kesalahan t-hitung lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan yang dapat ditolerir ($\alpha = 5\%$), maka variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Prosedur penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

- a) Formulasi hipotesis variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut :

Pengaruh resiko terhadap perilaku pengadopsian mobile banking.

H_0 : $b_i \geq 0$ Percived risk tidak memiliki efek negatif dalam perilaku

pengadopsian mobile banking

Ha : $b_i < 0$ Percived risk memiliki efek negatif dalam perilaku pengadopsian mobile banking.

Pengaruh resiko terhadap kepercayaan.

Ho : $b_i \geq 0$ Percived risk tidak memiliki efek yang negatif pada kepercayaan..

Ha : $b_i < 0$ Percived risk memiliki efek yang negatif kepercayaan.

Pengaruh kepercayaan terhadap perilaku pengadopsian mobile banking.

Ho : $b_i \leq 0$ Kepercayaan tidak memiliki efek positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.

Ha : $b_i > 0$ Kepercayaan memiliki efek positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.

Pengaruh kepercayaan terhadap persepsi manfaat mobile banking

Ho : $b_i \leq 0$ Kepercayaan tidak memiliki efek positif pada persepsi manfaat dari mobile banking.

Ha : $b_i > 0$ Kepercayaan memiliki efek positif pada persepsi manfaat dari mobile banking.

Pengaruh persepsi manfaat terhadap perilaku pengadopsian mobile banking.

Ho : $b_i \leq 0$ Persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.

Ha : $b_i > 0$ Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.

Pengaruh kualitas sistem terhadap kepercayaan.

Ho : $b_i \leq 0$ Kualitas sistem tidak memiliki pengaruh positif pada kepercayaan.

Ha : $b_i > 0$ Kualitas sistem memiliki pengaruh positif pada kepercayaan.

Pengaruh kebudayaan terhadap perilaku pengadopsian mobile banking

Ho : $b_i \leq 0$ Kebudayaan tidak memiliki pengaruh positif pada pengadopsian mobile banking.

Ha : $b_i > 0$ Kebudayaan memiliki pengaruh positif pada pengadopsian mobile banking.

Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai maskulinisme.

Ho : $b_i > 0$ Persepsi manfaat tidak berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai maskulinisme.

Ha : $b_i > 0$ Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai maskulinisme.

Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang menganut nilai-nilai budaya individualis.

Ho : $b_i \leq 0$ Persepsi manfaat tidak berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang menganut nilai-nilai budaya individualis..

Ha : $b_i > 0$ Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang menganut nilai-nilai budaya individualis.

Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang rendah terhadap nilai-nilai budaya jarak kekuasaan.

Ho : $b_i \leq 0$ Persepsi manfaat berhubungan tidak positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang rendah terhadap nilai-nilai budaya jarak kekuasaan.

$H_a : b_i > 0$ Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang menganut nilai-nilai budaya individualis.

Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang tinggi terhadap nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian.

$H_o : b_i \leq 0$ Persepsi manfaat tidak berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang tinggi terhadap nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian..

$H_a : b_i > 0$ Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang tinggi terhadap nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian.

- b) Menentukan taraf tingkat signifikan yang diharapkan $\alpha = 5\%$.
- c) Membuat keputusan yaitu jika probabilitas ($\text{sig-}t_{\text{hitung}}$) $< 0,05$ maka H_o ditolak atau H_a diterima.

3.7. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini digunakan 2 pengolahan data yaitu analisa yang bersifat deskriptif dan analisa yang bersifat analitik. Analisa deskriptif merupakan yang berkaitan dengan penjelasan berbagai perilaku variabel yang berdasarkan pada berbagai teori dan pendekatan yang relevan. Jadi, semua data yang telah terkumpul dikelompokkan sesuai dengan karakteristik responden yaitu data demografi responden dan data untuk pengujian hipotesa. Semua data tersebut dikumpulkan secara sistematis dan disajikan secara informatif dan ilmiah (*scientific*) serta dapat dipertanggungjawabkan (*responsible*). Data-data yang telah terkumpul tersebut kemudian diolah secara komprehensif dan bersifat deskriptif-analitik. Analisis deskriptif yang berdasarkan pada berbagai teori dan pendekatan yang relevan digunakan untuk menganalisis berbagai perilaku variabel yang dilakukan. Sedangkan analisa analitik yang memiliki keterkaitan antara berbagai variabel yang berupa analisa persamaan simultan (*Simultaneous Equation Model*, SEM).

Pendekatan SEM merupakan sekumpulan teknik-teknik statistikal yang digunakan untuk menguji rangkaian atau hubungan antara satu atau lebih *dependent variable* dengan satu atau beberapa *independent variable* secara simultan. Masing-masing *dependent variable* dan *independent variable* dapat berbentuk faktor atau konstruk yang dibangun dari beberapa indikator. Setiap koefisien regresi pada persamaan tersebut dilakukan *uji-t* satu sisi sesuai dengan arah hubungan pada kajian teori. Kemudian dilakukan uji model secara keseluruhan sesuai dengan persyaratan SEM dan juga dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

Selanjutnya data diolah dengan menggunakan rumus-rumus atau aturan-aturan yang ada sesuai dengan model penelitian pada gambar 2.6. Teknik yang digunakan untuk mengestimasi model tersebut adalah *Generalized Least Square Estimation* dengan jumlah sample di atas 100 tapi di bawah 2.500 observasi. Selanjutnya dilakukan berbagai uji *fit index* untuk mengukur derajat kesesuaian antara model dengan data yang diperoleh. Uji tersebut adalah :

- 1) Uji *Chi-square statistic* (X^2) untuk mengukur *overall fit*. Nilai *Chi-square* yang tinggi relative terhadap *degree of freedom* menunjukkan bahwa matrik kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata dan ini menghasilkan probabilitas (p) lebih kecil dari tingkat signifikansi (α). Sebaliknya nilai *Chi-square* yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas (p) yang lebih besar dari tingkat signifikansi (α).
- 2) *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) untuk mengkompensasi *Chi-square statistic* dalam sampel besar. Nilai RMSEA antara 0,05 sampai 0,08 merupakan ukuran yang dapat diterima.
- 3) *Goodness of Fit Index* (GFI) untuk mengukur proporsi tertimbang dari varian dalam matrik kovarian sampel yang dijelaskan oleh matrik kovarian populasi yang terestimasi. Nilai GFI yang tinggi menunjukkan *fit* yang lebih baik dan berapa nilai GFI yang dapat diterima sebagai nilai yang layak belum ada standarnya.

- 4) *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI) untuk menguji diterima tidaknya suatu model. Nilai AGFI yang direkomendasikan adalah sama $> 0,90$.
- 5) *Tucker Lewis Index* (TLI) untuk mengukur kelebihan suatu model dengan model yang lain. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau $> 0,90$.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini akan membahas analisis data dan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengadopsian mobile banking di Yogyakarta. Berdasarkan teori yang ada, penulis akan menganalisis data yang telah dikumpulkan tersebut sesuai dengan pokok permasalahan dan formulasi hipotesis yang telah dikemukakan pada bab dua. Hasil pengolahan data merupakan informasi yang digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis dapat diterima atau tidak.

Analisis ini dibagi menjadi empat bagian, yaitu : Bagian Pertama, hasil pengumpulan data yang menjelaskan mengenai jumlah data yang siap dianalisis. Kedua, deskripsi responden yang menjadi target penelitian, berdasarkan usia, jenis kelamin, jenjang pendidikan, dan lama menggunakan. Ketiga, hasil pengujian data yang berkaitan dengan statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas. Keempat, pembahasan hasil penelitian yang berkaitan dengan uji hipotesis.

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data seperti yang telah dijelaskan dalam bab tiga, dengan menggunakan kuisioner. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *sampling aksidental*. Dalam hal ini sebagai

subyek responden adalah para nasabah pengguna mobile banking di Yogyakarta. Hasil pengumpulan data berupa kuisisioner yang berhasil dikembalikan dan memenuhi syarat adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1

Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	%
Kuisisioner yang disebar	300	100
Kuisisioner yang tidak kembali	29	9,67
Kuisisioner yang kembali	271	90,33
Kuisisioner yang pengisiannya tidak lengkap	11	3,67
Kuisisioner yang memenuhi syarat	260	86,66

Jumlah kuisisioner yang disebar ke responden sebanyak 300 (100%). Dari kuisisioner yang disebar tersebut, 271 (90,33%) diantaranya telah diisi oleh responden dan dikembalikan kepada peneliti, sedangkan sisanya sebanyak 29 (9,67%) tidak dikembalikan pada peneliti. Dari 271 kuisisioner yang kembali yang pengisiannya tidak lengkap sebanyak 11 (3,67%) sehingga kuisisioner yang memenuhi syarat penelitian ini sebanyak 260 (86,66%).

4.2 Deskripsi Responden

Deskripsi responden yang menjadi target penelitian diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, jenjang pendidikan terakhir, dan lama menggunakan *mobile banking*.

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

USIA	JUMLAH	PERSENTASE
<20	19	7,31%
21-25	63	24,23%
26-30	81	31,15%
31-35	49	18,85%
36-40	34	13,08%
>40	14	5,38%
TOTAL	260	100%

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 4.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna teknologi mobile banking paling banyak adalah interval usia 26 tahun sampai 30 tahun yaitu sebanyak 81 responden atau 31,15%.

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	JUMLAH	PERSENTASE
LAKI-LAKI	159	61,15%
PEREMPUAN	101	38,85%
TOTAL	260	100%

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa pengguna teknologi mobile banking mayoritas adalah laki-laki yaitu 159 responden atau 61,15%.

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

JENJANG PENDIDIKAN	JUMLAH	PERSENTASE
SLTA atau lebih rendah	18	6,92%
Diploma (D3)	61	23,46%
Strata 1 (S1)	142	54,62%
Strata 2 (S2)	39	15%
Strata 3 (S3)	0	0%
TOTAL	260	100%

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 4.4 di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna teknologi mobile banking kebanyakan berlatar pendidikan Strata 1 (S1) dengan jumlah 142 responden atau 54,46%.

Tabel 4.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

LAMA PENGGUNAAN	JUMLAH	PERSENTASE
<1 tahun	47	18,08%
1-5 tahun	128	49,23%
6-10 tahun	85	32,69%
>10 tahun	0	0%
TOTAL	260	100%

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 4.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna teknologi mobile banking sebagian besar telah menggunakan layanan mobile banking selama 1-5 tahun sebanyak 128 orang atau 49,23%.

4.3 Uji Rata-rata Variabel

Alat ukur yang digunakan dalam mengukur variabel dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang bersifat tertutup, dimana responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan dalam kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala Likert dengan skala 1 – 6. Adapun tata cara penskoran dalam kuesioner adalah sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Agak Tidak Setuju	3
Agak Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Adapun nilai range dalam penilaian kuesioner adalah sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	0 – 1.17
Tidak Setuju	1.18 – 2.35
Agak Tidak Setuju	2.36 – 3.52
Agak Setuju	3.53 – 4.70
Setuju	4.71 – 5.88
Sangat Setuju	> 5.88

Uji rata-rata variabel dalam penelitian ini menggunakan software SPSS 16.0. Uji rata-rata variabel digunakan untuk mengetahui nilai rata-rata setiap variabel item pertanyaan.

4.3.1 Variabel Penggunaan Mobile Banking (PMB)

Tabel 4.6
Deskripsi Statistik Penggunaan Mobile Banking (PMB)

Descriptive Statistics						
	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
PMB	260	4.750	3.32692	.991930	-.137	.151
Valid N (listwise)	260					

Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai mean pada variabel Pengadopsian Mobile Banking adalah 3,32692 dengan standar deviasi 0,991930. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa dari 260 responden rata-rata agak tidak setuju terhadap pengadopsian mobile banking. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan yang bervariasi dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

4.3.2 Variabel Kepercayaan (KP)

Tabel 4.7
Deskripsi Statistik Kepercayaan (KP)

Descriptive Statistics						
	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
KP	260	2.833	4.52628	.596225	-.256	.151
Valid N (listwise)	260					

Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan tabel 4.7 diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai mean pada variable kepercayaan adalah 4,52628 dengan standar deviasi 0,596225. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden agak setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan yang bervariasi dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*. Apabila responden memiliki kepercayaan terhadap layanan ini, maka responden akan setuju dalam pengadopsian layanan *mobile banking*.

4.3.3 Variabel Persepsi Manfaat (PM)

Tabel 4.8
Deskripsi Statistik Persepsi Manfaat (PM)

Descriptive Statistics						
	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
PM	260	2.833	4.79487	.688989	-.327	.151
Valid N (listwise)	260					

Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan tabel 4.8 diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai mean pada variabel persepsi manfaat adalah 4,79487 dengan standar deviasi 0,688989. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan yang bervariasi dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, bahwa manfaat yang diperoleh dapat mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*. Apabila responden memperoleh manfaat dari layanan ini, maka responden akan setuju dalam pengadopsian *mobile banking*.

4.3.4 Variabel Resiko (R)

Tabel 4.9
Deskripsi Statistik Resiko (R)

Descriptive Statistics

	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
R	260	2.750	4.59038	.566205	-.327	.151
Valid N (listwise)	260					

Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan tabel 4.9 diatas maka dapat diketahui nilai mean dari variabel Resiko yang dirasakan adalah 4,59038 dengan standar deviasi 0,566205. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden agak setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan yang bervariasi dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, bahwa resiko yang dirasakan dapat mempengaruhi terhadap penggunaan layanan mobile banking. Apabila responden merasakan resiko akibat menggunakan layanan ini, maka responden tidak setuju dalam pengadopsian layanan mobile banking.

4.3.5 Variabel Kualitas Sistem (KS)

Tabel 4.10
Deskripsi Statistik Kualitas Sistem (KS)

Descriptive Statistics						
	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
KS	260	4.667	3.73077	.931913	.316	.151
Valid N (listwise)	260					

Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan tabel 4.10 diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai mean pada variabel kualitas sistem adalah 3,73077 dengan standar deviasi 0,93193. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden agak setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan yang bervariasi dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, bahwa kualitas sistem ini dapat mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking. Apabila responden merasakan bahwa kualitas sistem ini baik, maka tingkat kepercayaan responden terhadap mobile banking meningkat dan responden akan setuju dalam pengadopsian mobile banking.

4.3.6 Variabel Masculinity/Femininity (MF)

Tabel 4.11
Deskripsi Statistik Masculinity/Femininity (MF)

Descriptive Statistics						
	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
MF	260	3.000	4.46846	.599683	-.267	.151
Valid N (listwise)	260					

Sumber : Data primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan tabel 4.11 diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai mean pada variabel masculinity/femininity adalah 4,46846 dengan standar deviasi 0,599683. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden agak setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan yang bervariasi dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, bahwa masculinity/femininity dapat mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking.

4.3.7 Variabel Individualism/Colectivism (IC)

Tabel 4.12
Deskripsi Statistik Individualism/Colectivism (IC)

Descriptive Statistics						
	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
IC	260	3.000	4.52756	.538111	-.135	.151
Valid N (listwise)	260					

Sumber : Data primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan tabel 4.12 diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai mean pada variabel *individualism/colectivism* adalah 4,52756 dengan standar deviasi 0,538111. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden agak setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan yang bervariasi dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, bahwa individualism/colectivism dapat mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking.

4.3.8 Variabel Power Distance (PD)

Tabel 4.13
Deskripsi Statistik Power Distance (PD)

Descriptive Statistics						
	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
PD	260	2.857	4.67088	.625981	-.321	.151
Valid N (listwise)	260					

Sumber : Data primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan tabel 4.13 diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai mean pada variabel *power distance* adalah 4,67088 dengan standar deviasi 0,625981. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden agak setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan yang bervariasi dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, bahwa power distance dapat mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking.

4.3.9 Variabel Uncertainty Avoidance (UA)

Tabel 4.14
Deskripsi Statistik Uncertainty Avoidance (UA)

Descriptive Statistics						
	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
UA	260	3.250	4.60577	.650857	-.235	.151
Valid N (listwise)	260					

Sumber : Data primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan tabel 4.14 diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai mean pada variabel *uncertainty avoidance* adalah 4,60577 dengan standar deviasi 0,650857. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden agak setuju. Rentang skor menunjukkan bahwa terdapat tanggapan yang bervariasi dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, bahwa *uncertainty avoidance* dapat mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*.

4.4 Uji Validitas

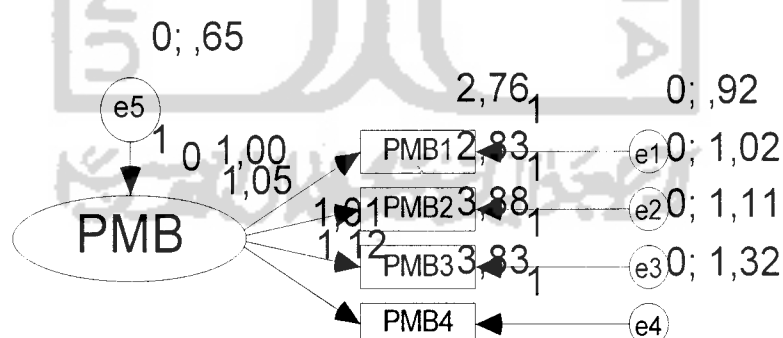
Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan software Amos versi 7.0. Uji validitas digunakan untuk mengetahui bahwa *unobserved variable* dapat diukur dengan menggunakan masing-masing konstruk *observed variable*, dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* atau biasa disebut dengan analisis faktor. Apabila nilai *factor loading* dari tiap-tiap konstruk lebih dari 0,5

($\lambda > 0,5$) dengan tingkat signifikansi kurang dari 5% ($P < 0,5$), maka dapat dinyatakan valid atau dengan kata lain bahwa *unobserved variable* dapat diukur dengan menggunakan masing-masing konstruk *observed variable*.

4.4.1 Variabel Pengadopsian Mobile Banking (PMB)

Konstruk variabel Penggunaan Mobile Banking (*unobserved/latent variable*) diukur dengan menggunakan 4 indikator (*observed/manifest variable*), yaitu: dengan menggunakan layanan mobile banking secara periodik (PMB1), menggunakan layanan mobile banking secara frekuentatif (PMB2), menggunakan layanan mobile banking untuk berbagai transaksi perbankan (PMB3), menggunakan berbagai macam penyedia jasa layanan mobile banking lainnya (PMB4). Dari hasil analisis *confirmatory factor analysis* (CFA) adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1 Konstruk Variabel Penggunaan Mobile Banking (PMB)



Tabel 4.15
Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PMB1 <--- PMB	,643
PMB2 <--- PMB	,641
PMB3 <--- PMB	,611
PMB4 <--- PMB	,618

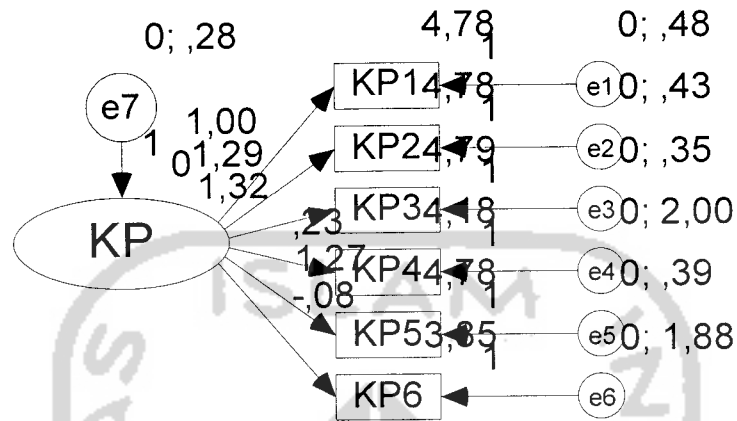
Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan gambar 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa PMB1, PMB2, PMB3 dan PMB4 yang merupakan indikator pada variabel penggunaan mobile banking dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi di bawah 5% ($P<0,05$).

4.4.2 Variabel Kepercayaan (KP)

Konstruk variabel kepercayaan (*unobserved/latent variable*) diukur dengan menggunakan 6 indikator (*observed/manifest variable*) yaitu: Bank menjaga perjanjiannya dengan nasabah (KP1), Bank menghormati komitmennya dengan nasabah (KP2), Bank dapat menggunakan informasi rahasia tentang nasabah demi keuntungannya (KP3), Bank dapat mengambil keuntungan dari perubahan situasi seperti perubahan tingkat suku bunga (KP4), Bank dapat mengambil keuntungan dari masalah nasabah (KP5), Bank dapat mengintepretasikan informasi yang ambigu untuk keuntungannya sendiri (KP6). Dari hasil analisis *confirmatory factor analysis* (CFA) adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2 Konstruk Variabel Kepercayaan (KP)



Tabel 4.16
Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KP1 <--- KP	,609
KP2 <--- KP	,723
KP3 <--- KP	,763
KP4 <--- KP	,087
KP5 <--- KP	,732
KP6 <--- KP	-,030

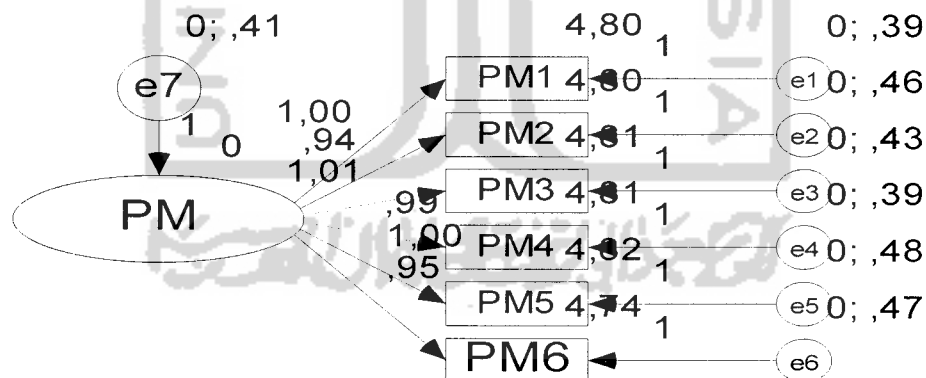
Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.16 di atas, dapat diketahui bahwa KP1, KP2, KP3 dan KP5 yang merupakan indikator pada variabel kepercayaan yang dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi di bawah 5% ($P<0,05$). Sedangkan KP4 dan KP6 dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di bawah 0,5 ($\lambda<0,5$) dengan tingkat signifikansi di atas 5% ($P>0,05$).

4.4.3 Variabel Persepsi Manfaat (PM)

Konstruk variabel persepsi manfaat (*unobserved/latent variable*) diukur dengan menggunakan 6 indikator (*observed/manifest variable*), yaitu: penggunaan mobile banking mempercepat pekerjaan nasabah (PM1), penggunaan mobile banking meningkatkan kualitas pekerjaan nasabah (PM2), penggunaan mobile banking meningkatkan kinerja pekerjaan nasabah (PM3), mobile banking meningkatkan efektifitas pekerjaan nasabah (PM4), penggunaan mobile banking mempermudah pekerjaan nasabah (PM5), mobile banking sangat berguna bagi pekerjaan nasabah (PM6). Dari hasil analisis *confirmatory factor analysis* (CFA) adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3 Konstruk Variabel Persepsi Manfaat (PM)



Tabel 4.17

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PM1 <--- PM	,717
PM2 <--- PM	,668
PM3 <--- PM	,702
PM4 <--- PM	,715
PM5 <--- PM	,681
PM6 <--- PM	,665

Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa PM1, PM2, PM3, PM4, PM5 dan PM6 yang merupakan indikator pada variabel persepsi manfaat dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi di bawah 5% ($P<0,05$).

4.4.4 Variabel Resiko (R)

Konstruk variabel Resiko (*unobserved/latent variable*) diukur dengan menggunakan 5 indikator (*observed/manifest variable*), yaitu Resiko Finansial (RF1, RF2), Resiko Sosial (RS1), Resiko Psikologi (RPS1, RPS2, RPS3), Resiko Privasi (RPV1), Resiko Waktu (RW1). Dari hasil analisis *confirmatory factor analysis* (CFA) adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4 Konstruk Resiko Finansial

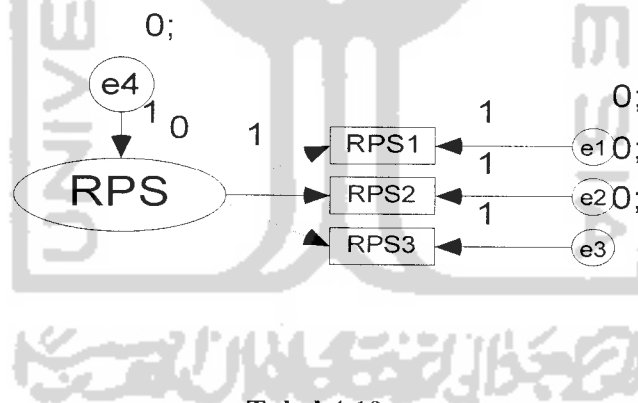


Tabel 4.18

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
RF1 <--- RF	,012
RF2 <--- RF	1,000

Gambar 4.5 Konstruk Resiko Psikologi



Tabel 4.19

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
RPS1 <--- RPS	,046
RPS2 <--- RPS	1,705
RPS3 <--- RPS	,259

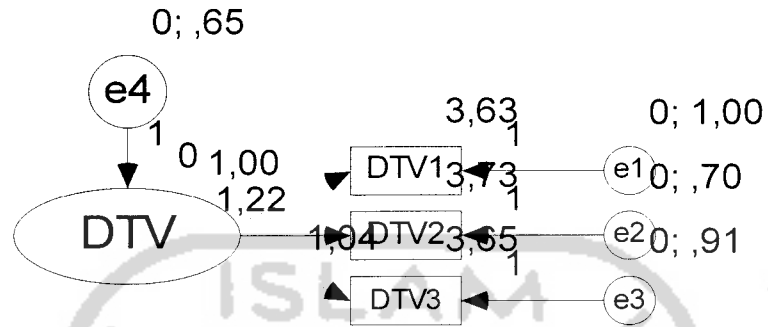
Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan tabel 4.18 dan 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa RF2, RPS2 dan RPS3 yang merupakan indikator pada variabel resiko yang dirasakan dinyatakan valid, begitu juga dengan RW1, RS1, RPV1 yang hanya memiliki 1 manifest akan dinyatakan valid dengan mengasumsikan bahwa errornya = 0 (nol) sehingga memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi di bawah 5% ($P<0,05$). Sedangkan RF1 dan RPS1 dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di bawah 0,5 ($\lambda<0,5$) dengan tingkat signifikansi di atas 5% ($P>0,05$).

4.4.5 Variabel Kualitas Sistem (KS)

Konstruk variabel kualitas sistem (*unobserved/latent variable*) diukur dengan menggunakan 6 indikator (*observed/manifest variable*), yaitu: nasabah menyukai tampilan dan rasa dalam Web Site mobile banking (DTV1), Menurut nasabah Web Site dalam mobile banking itu menarik (DTV2), nasabah menyukai grafik dalam Web Site mobile banking (DTV3), adalah mudah untuk mendapatkan apa yang anda cari pada Web Site mobile banking (SN1), adalah mudah untuk berpindah disekitar penggunaan online pada Web Site mobile banking (SN2), Web Site mobile banking menawarkan susunan yang logis yang mudah untuk diikuti. Dari hasil analisis *confirmatory factor analysis (CFA)* adalah sebagai berikut:

Gambar 4.6 Konstruk Daya tarik Visual (DTV)

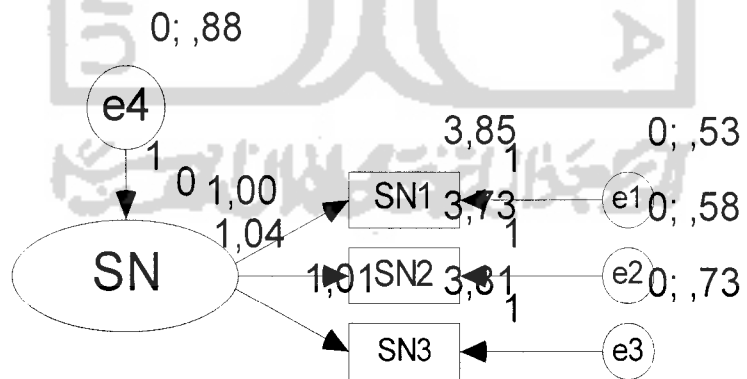


Tabel 4.20

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
DTV1 <--- DTV	,628
DTV2 <--- DTV	,763
DTV3 <--- DTV	,660

Gambar 4.7 Konstruk Sistem Navigasi (SN)



Tabel 4.21

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
SN1 <--- SN	,789
SN2 <--- SN	,789
SN3 <--- SN	,742

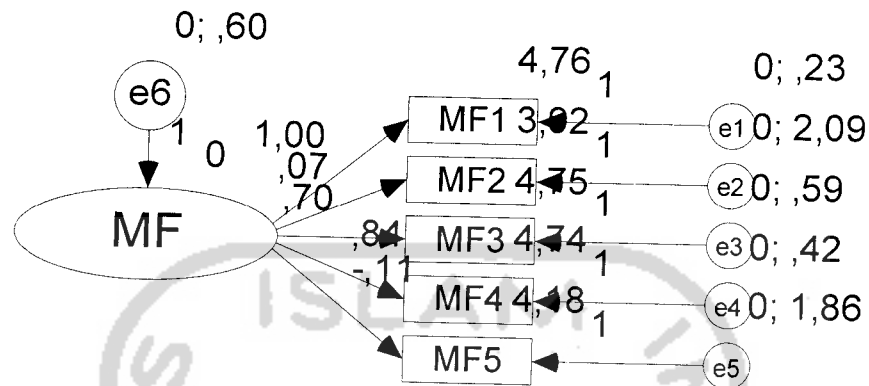
Sumber : Data Primer yang diolah,2008,Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa DTV1, DTV2, DTV3, SN1, SN2, dan SN3 yang merupakan indikator pada variabel persepsi kemudahan penggunaan dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi di bawah 5% ($P<0,05$).

4.4.6 Variabel Masculinity/Femininity (MF)

Konstruk variabel masculinity/femininity (*unobserved/latent variable*) diukur dengan menggunakan 5 indikator (*observed/manifest variable*), yaitu: adalah lebih baik pria yang menempati posisi yang lebih tinggi daripada wanita (MF1), ada beberapa pekerjaan yang lebih baik dilakukan oleh pria dibandingkan wanita (MF2), adalah lebih baik pria yang menempati jabatan ahli dibandingkan wanita (MF3), pemecahan masalah dalam suatu organisasi membutuhkan pendekatan paksaan merupakan ciri para pria (MF4), wanita tidak mendapat pengakuan dan pengembangan karir sebagaimana layaknya pria (MF5). Dari hasil analisis *confirmatory factor analysis* (CFA) adalah sebagai berikut:

Gambar 4.8 Konstruk Variabel Masculinity/Femininity (MF)



Tabel 4.22

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
MF1 <--- MF	,847
MF2 <--- MF	,039
MF3 <--- MF	,577
MF4 <--- MF	,705
MF5 <--- MF	-,064

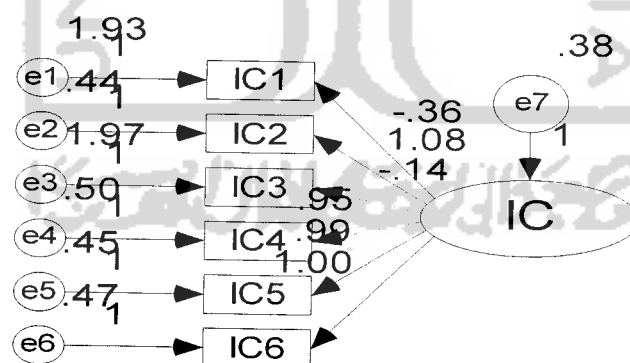
Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.17 di atas, dapat diketahui bahwa MF1, MF3 dan MF4 merupakan indikator pada variabel *masculinity/femininity* dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi di bawah 5% ($P<0,05$). Sedangkan MF2 dan MF5 dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di bawah 0,5 ($\lambda<0,5$) dengan tingkat signifikansi di atas 5% ($P>0,05$).

4.4.7 Variabel Individualism/Colectivism (IC)

Konstruk variabel *individualism/colectivism* (*unobserved/latent variable*) diukur dengan menggunakan 6 indikator (*observed/manifest variable*), yaitu: adalah hal yang lebih penting bagi manajer untuk mendorong kesetiaan dan rasa tanggung jawab kepada bawahan dibandingkan inisiatif individu (IC1), keberhasilan kelompok lebih penting dibandingkan keberhasilan individu (IC2), penghargaan individu lebih penting dari kesejahteraan kelompok (IC3), diterima sebagai anggota dalam sebuah kelompok adalah hal yang lebih penting daripada memiliki otonomi dan independent (IC4), diterima sebagai anggota dalam sebuah kelompok adalah hal yang penting daripada berdiri sendiri (IC5), kesetiaan terhadap kelompok lebih penting daripada tujuan individu (IC6). Dari hasil analisis *confirmatory factor analysis* (CFA) adalah sebagai berikut:

Gambar 4.9 Konstruk Variabel Individualism/Colectivism (IC)



Tabel 4.23

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
IC1 <--- IC	-,159
IC2 <--- IC	,710
IC3 <--- IC	-,063
IC4 <--- IC	,635
IC5 <--- IC	,674
IC6 <--- IC	,670

Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

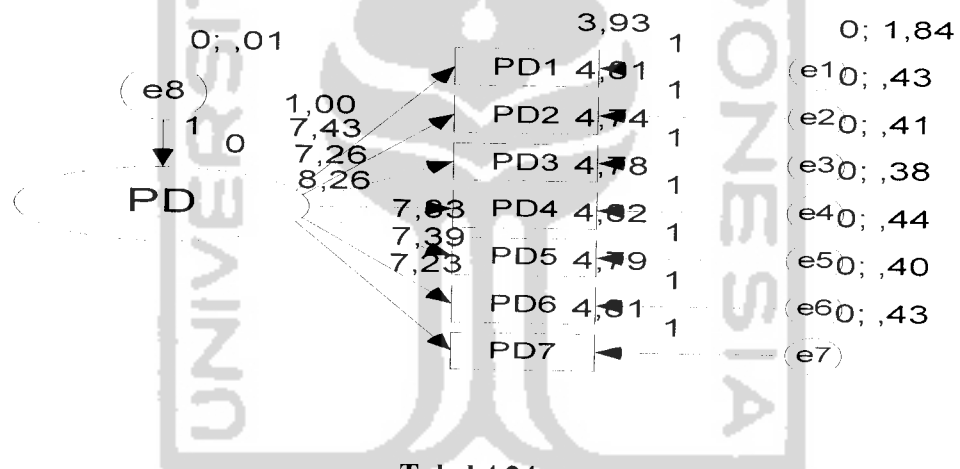
Berdasarkan Gambar 4.21 di atas, dapat diketahui bahwa IC2, IC4, IC5, dan IC6 merupakan indikator pada variabel *individualism/collectivism* dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi di bawah 5% ($P<0,05$). Sedangkan IC1 dan IC3 dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di bawah 0,5 ($\lambda<0,5$) dengan tingkat signifikansi di atas 5% ($P>0,05$).

4.4.8 Variabel Power Distance (PD)

Konstruk variabel *power distance (unobserved/latent variable)* diukur dengan menggunakan 7 indikator (*observed/manifest variable*), yaitu: atasan dengan level yang lebih tinggi seharusnya menerima lebih banyak keuntungan dan keistimewaan daripada bawahan (PD1), sebagian besar atasan akan membuat keputusan tanpa pendapat dari bawahan (PD2), atasan hendaknya lebih hati-hati untuk tidak meminta pendapat kepada bawahan terlalu sering, jika tidak atasan akan terlihat lemah dan

tidak memiliki kemampuan (PD3), bawahan hendaknya tidak meragukan keputusan para atasan (PD4), atasan hendaknya tidak meminta nasehat kepada bawahan karena akan membuat atasan terlihat lemah (PD5), pengambilan keputusan hendaknya dilakukan oleh manajemen puncak dalam organisasi dan tidak dilimpahkan kepada pekerja bawahan (PD6), Seorang atasan hendaknya melakukan pekerjaan yang sulit dan penting dan melimpahkan pekerjaan yang lebih mudah kepada bawahann (PD7). Dari hasil analisis *confirmatory factor analysis* (CFA) adalah sebagai berikut:

Gambar 4.10 Konstruk Variabel Power Distance (PD)



Tabel 4.24

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PD1 <--- PD	,061
PD2 <--- PD	,683
PD3 <--- PD	,687
PD4 <--- PD	,744
PD5 <--- PD	,700
PD6 <--- PD	,695
PD7 <--- PD	,674

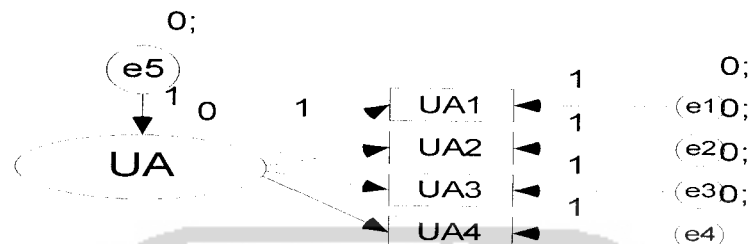
Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.22 di atas, dapat diketahui bahwa PD2, PD3, PD4, PD5, PD6 dan PD7 merupakan indikator pada variabel *power distance* dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi di bawah 5% ($P<0,05$). Sedangkan PD1 dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di bawah 0,5 ($\lambda<0,5$) dengan tingkat signifikansi di atas 5% ($P>0,05$).

4.4.9 Variabel Uncertainty Avoidance

Konstruksi variabel *uncertainty avoidance (unobserved/latent variable)* diukur dengan menggunakan 4 indikator (*observed/manifest variable*), yaitu: nasabah akan menghindari terjadinya perubahan yang dianggap lebih buruk (UA1), peraturan merupakan hal yang penting karena informasi tersebut menjelaskan tujuan dari sebuah organisasi (UA2), perintah dan struktur adalah hal yang penting dalam lingkungan kerja (UA3), adalah hal yang penting untuk memiliki persyaratan kerja dan petunjuk yang rinci agar orang selalu mengetahui apa yang seharusnya mereka lakukan (UA4). Dari hasil analisis *confirmatory factor analysis (CFA)* adalah sebagai berikut:

Gambar 4.11 Konstruk Variabel Uncertainty Avoidance



Tabel 4.25

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
UA1 <--- UA	,019
UA2 <--- UA	,665
UA3 <--- UA	,723
UA4 <--- UA	,611

Sumber : Data Primer yang diolah,2009,Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.23 di atas, dapat diketahui bahwa UA2, UA3 dan UA4 merupakan indikator pada variabel *masculinity/femininity* dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi di bawah 5% ($P<0,05$). Sedangkan UA1 dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai *factor loading (Estimate)* di bawah 0,5 ($\lambda<0,5$) dengan tingkat signifikansi di atas 5% ($P>0,05$).

4.5 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.

Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung Cronbach Alpha dari masing-masing item dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 (Nunnaly, 1978).

Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap semua butir pertanyaan yang sudah lolos uji validitas. Adapun kriteria yang digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas adalah besarnya nilai Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha semakin mendekati angka 1 mengindikasikan bahwa instrumen semakin tinggi reliabilitasnya. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,80 s.d 1,0 dikategorikan reliabilitas baik, nilai Cronbach's Alpha antara 0,60 s.d 0,79 dikategorikan reliabilitas diterima, dan nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,60 dikategorikan reliabilitas kurang baik (Sekaran, 1992). Hasil pengujian reliabilitas variabel penelitian disajikan dalam tabel 4.24. Dari perhitungan yang telah dilakukan dengan *software* SPSS versi 16.0, maka diperoleh hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4.26

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kesimpulan
Penggunaan Mobile Banking (PMB)	0,723	diterima
Kepercayaan (KP)	0,799	diterima
Persepsi Manfaat (PM)	0,846	baik
Resiko yang Dirasakan (R)	0,636	diterima
Kualitas Sistem (KS)	0,834	baik
Masculinity/Femininity (MF)	0,749	diterima
Individualism/Colectivism (IC)	0,767	diterima
Power Distance (PD)	0,850	baik
Uncertainty Avoidance (UA)	0,704	diterima

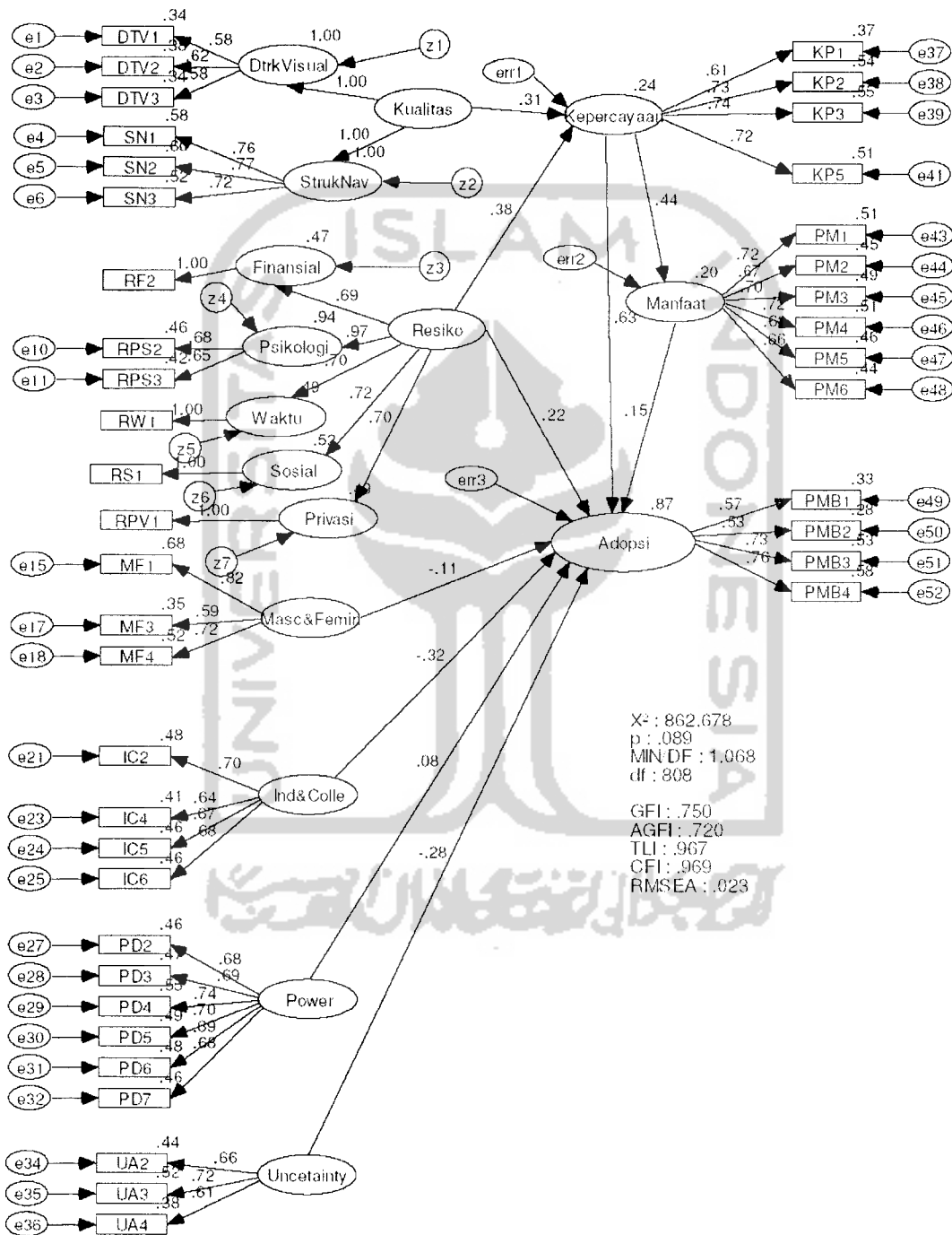
Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada Tabel 4.26 dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel penelitian dapat diandalkan atau *reliable*, karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang disyaratkan yaitu di atas nilai kritis ($>0,60$).

4.6 Uji Kebaikan Model

Untuk mengetahui kriteria model yang baik (*Goodness of Fit*) digunakan: *Absolut Fit Measured* (pengukuran indeks mutlak), *Incremental Fit Measured* (Pengukuran tambahan indeks) dan *Parsimonious Fit Measured* (Pengukuran kesederhanaan indeks). Uji kebaikan model ini menggunakan software Amos versi 7.0. Syarat untuk menguji model dengan menggunakan variable moderat maka harus diperoleh model yang fit terlebih dahulu sebelum memasukan variable interaksi. Berikut ini gambar *goodness of fit index* yang dihasilkan setelah pengujian:

Gambar 4.12 Model Tanpa Variabel Interaksi



Tabel 4.27
Goodness of Fit Index

<i>Goodness of Fit Index</i>	Hasil	<i>Cut Off Value</i>	Evaluasi Model
<i>Absolute Fit Measured</i>			
Likelihood Chi Square	862,678	Diharapkan Kecil	–
Probability	0,089	$\geq 0,05$	Baik
CMIN/DF	1,068	$\leq 3,00$	Baik
RMSEA	0,023	$\leq 0,05$	Baik
<i>Incremental Fit Measured</i>			
TLI	0.967	$\geq 0,90$	Baik
NFI	0.670	$\geq 0,90$	Kurang Baik
<i>Parsimonious Fit Measured</i>			
PNFI	0.629	0.60-0.90	Baik

Sumber: Data Primer yang Diolah

Tabel 4.28
Result (Default Model)

Kesimpulan	Nilai
<i>Chi-square</i>	862,678
<i>Degrees of freedom</i>	808
<i>Probability level</i>	0,089

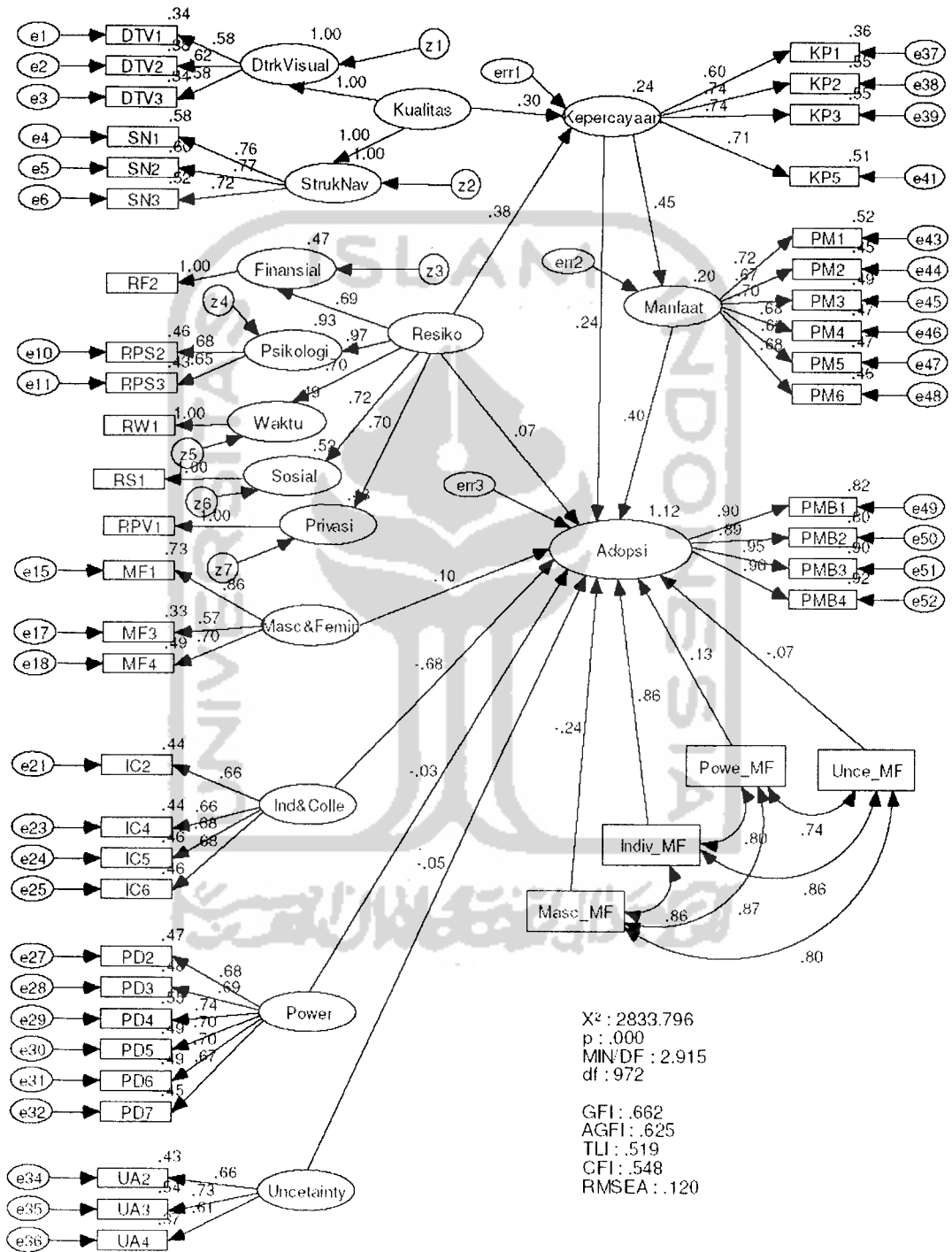
Sumber: Data Primer yang Diolah

Dari hasil pengukuran *Goodness of Fit Index* dalam tabel 4.27 diatas, dapat disimpulkan bahwa besarnya *Absolut Fit Measured* yang diukur dengan, probability, CMIN/DF dan RMSEA diperoleh nilai yang memenuhi kriteria (*cut off value*) hanya *likelihood chi square* yang tidak memenuhi kriteria (*cut off value*). Besarnya *Incremental Fit Measured* yang diukur menggunakan TLI dan NFI hanya TLI yang memiliki nilai yang memenuhi kriteria (*cut off value*) yang diharapkan, sedangkan

nilai NFI tidak memenuhi kriteria (*cut off value*) yang diharapkan. Sementara itu, nilai *Parsimonious Fit Measured* yang diukur dengan menggunakan PNFI, nilai dari PNFI sendiri memenuhi kriteria (*cut off value*). Dari keterangan tersebut, menunjukkan bahwa secara keseluruhan model dapat dinyatakan fit. Kemudian dilakukan pengujian setelah dimasukan variabel Interaksi.



Gambar 4.13 Uji Hipotesis Setelah Dimasukan Variabel Interaksi



4.7 Pengujian Hipotesis

Seperti dijelaskan pada bab II, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini terdiri dari 10 hipotesis. Hipotesis penelitian dilakukan uji dua sisi, karena hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen dihipotesiskan berpengaruh positif dan negatif. Untuk mengetahui apakah hipotesis didukung oleh data atau tidak, maka nilai probabilitas dari Critical Ratio (C.R) dibandingkan dengan $\alpha = 5\%$. Apabila *Standardized Koefisien* parameter bernilai positif dan nilai probabilitas dari critical ratio (C.R) kurang dari $\alpha = 5\%$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian didukung oleh data (terbukti secara signifikan). Sedangkan apabila *Standardized Koefisien* parameter bernilai negatif dan nilai probabilitas dari Critical Ratio (C.R) kurang dari $\alpha = 5\%$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian didukung oleh data (terbukti secara signifikan).

Berdasarkan analisis statistik dengan menggunakan program AMOS versi 7.0, diperoleh hasil uji hipotesis yang merupakan uji hubungan kausalitas dari masing-masing variabel penelitian sebagaimana disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.29

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

Regression Weights:		Estimate	S.E.	C.R.	P
Adopsi <----- Resiko		0.255	0.093	2.731	0.006
Kepercayaan <----- Resiko		0.311	0.091	3.400	0.001
Adopsi <----- Kepercayaan		1.006	0.190	5.289	0.000
Manfaat <----- Kepercayaan		0.547	0.144	3.804	0.000

Adopsi <-----	Manfaat	1.386	0.164	8.460	0.000
Kepercayaan <-----	Kualitas	0.175	0.060	2.911	0.004
Adopsi <-----	Masc_MF	-0.544	0.118	-4.614	0.000
Adopsi <-----	Indiv_MF	1.915	0.134	14.327	0.000
Adopsi <-----	Powe_MF	0.287	0.098	2.939	0.003
Adopsi <-----	Unce_MF	-0.150	0.093	-1.603	0.109

Tabel 4.30

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

Standardized Regression Weights: Estimate		

Adopsi <-----	Resiko	0.074
Kepercayaan <-----	Resiko	0.383
Adopsi <-----	Kepercayaan	0.238
Manfaat <-----	Kepercayaan	0.445
Adopsi <-----	Manfaat	0.403
Kepercayaan <-----	Kualitas	0.305
Adopsi <-----	Masc_MF	-0.245
Adopsi <-----	Indiv_MF	0.862
Adopsi <-----	Powe_MF	0.129
Adopsi <-----	Unce_MF	-0.067

4.7.1. Pengujian H_1

Pengaruh resiko terhadap perilaku pengadopsian mobile banking.

H_0 : $b_i \geq 0$ Percived risk tidak memiliki efek negatif dalam perilaku pengadopsian mobile banking

H_a : $b_i < 0$ Percived risk memiliki efek negatif dalam perilaku pengadopsian mobile banking.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 1 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,006 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi pengaruh resiko yang dirasakan terhadap

perilaku pemakai dalam pengadopsian mobile banking diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0,074. Artinya hubungan antara variabel resiko yang dirasakan terhadap perilaku penggunaan mobile banking adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 yang merepresentasikan hubungan negatif resiko yang dirasakan terhadap perilaku pemakai dalam pengadopsian mobile banking, tidak terdukung. Artinya walaupun resiko yang dirasakan oleh nasabah saat menggunakan mobile banking tinggi, keinginan menggunakan layanan mobile banking tetap tinggi pula. Hal ini mungkin terjadi karena responden yang mengisi kuesioner cenderung mendukung nilai-nilai budaya feminin sehingga ketika mereka menggunakan mobile banking mereka hanya sekedar untuk mengikuti trend dan bukan karena manfaatnya sehingga mereka tidak mempedulikan resiko. Hasil penelitian ini berarti tidak mendukung penelitian Hyung Seok Lee (2007).

4.7.2. Pengujian H₂

Pengaruh resiko terhadap kepercayaan.

Ho : $b_i \geq 0$ Percived risk tidak memiliki efek yang negatif pada kepercayaan..

Ha : $b_i < 0$ Percived risk memiliki efek yang negatif kepercayaan.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 2 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,001 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi pengaruh resiko yang dirasakan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan mobile banking diperoleh koefisien jalur

(*standardized regression weight estimate*) = 0,383. Artinya hubungan antara variabel resiko yang dirasakan terhadap kepercayaan adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang merepresentasikan hubungan negatif resiko yang dirasakan terhadap kepercayaan, tidak terdukung. Artinya walaupun resiko yang dirasakan oleh nasabah saat menggunakan mobile banking tinggi, kepercayaan terhadap layanan mobile banking tetap tinggi pula. Sama dengan hipotesis 1, Hal ini mungkin terjadi karena responden yang mengisi kuesioner cenderung mendukung nilai-nilai budaya feminin sehingga ketika mereka percaya dengan layanan mobile banking mereka hanya sekedar untuk mengikuti trend dan bukan karena manfaatnya sehingga mereka tidak mempedulikan resiko. Hasil ini tidak mendukung penelitian Nootboom et al.(1997).

4.7.3. Pengujian H₃

Pengaruh kepercayaan terhadap perilaku pengadopsian mobile banking.

Ho : $b_i \leq 0$ Kepercayaan tidak memiliki efek positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.

Ha : $b_i > 0$ Kepercayaan memiliki efek positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 3 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi pengaruh tingkat kepercayaan terhadap

perilaku pemakai dalam pengadopsian mobile banking diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0,238. Artinya hubungan antara variabel tingkat kepercayaan terhadap perilaku pemakai dalam mengadopsi mobile banking adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 yang merepresentasikan hubungan tingkat kepercayaan terhadap perilaku pengadopsian mobile banking, terdukung. artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap layanan mobile banking, maka nasabah akan semakin tertarik untuk menggunakan layanan mobile banking. Hasil penelitian ini berarti mendukung penelitian (Wu dan Chen 2005).

4.7.4. Pengujian H_4

Pengaruh kepercayaan terhadap persepsi manfaat mobile banking

H_0 : $b_i \leq 0$ Kepercayaan tidak memiliki efek positif pada persepsi manfaat dari mobile banking.

H_a : $b_i > 0$ Kepercayaan memiliki efek positif pada persepsi manfaat dari mobile banking.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 4 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi pengaruh kepercayaan terhadap persepsi manfaat diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0,445

Artinya hubungan antara variabel kepercayaan terhadap persepsi manfaat adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 yang merepresentasikan hubungan positif kepercayaan yang terhadap persepsi manfaat, terdukung. Artinya semakin banyak manfaat yang dirasakan oleh nasabah dalam mengadopsi mobile banking, maka kepercayaan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking semakin besar. Hasil ini mendukung penelitian (Wu dan Chen 2005).

4.7.5. Pengujian H₅

Pengaruh persepsi manfaat terhadap perilaku pengadopsian mobile banking.

Ho : $b_i \leq 0$ Persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.

Ha : $b_i > 0$ Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 5 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi pengaruh persepsi manfaat terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan mobile banking diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0,403. Artinya hubungan antara variabel persepsi manfaat terhadap perilaku nasabah dalam mengadopsi mobile banking adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 yang merepresentasikan hubungan positif persepsi manfaat terhadap perilaku nasabah dalam mengadopsi mobile banking, terdukung. Artinya semakin tinggi manfaat yang diperoleh oleh nasabah saat menggunakan mobile banking, maka keinginan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking juga semakin tinggi. Hasil ini mendukung penelitian Chin dan Todd (1995).

4.7.6. Pengujian H_6

Pengaruh kualitas sistem terhadap kepercayaan.

$H_0 : \beta_i \leq 0$ Kualitas sistem tidak memiliki pengaruh positif pada kepercayaan.

$H_a : \beta_i > 0$ Kualitas sistem memiliki pengaruh positif pada kepercayaan.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 6 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,004 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi pengaruh kualitas sistem terhadap kepercayaan diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0,305. Artinya hubungan antara variabel persepsi kualitas sistem terhadap kepercayaan adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 yang merepresentasikan hubungan positif kualitas sistem terhadap kepercayaan, terdukung. artinya semakin baik kualitas sistem akan semakin meningkatkan kepercayaan

nasabah dalam mengadopsi mobile banking. Hasil penelitian ini berarti mendukung penelitian Bart et. al. (2005).

4.7.7. Pengujian H₇

Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai maskulinisme.

Ha : $b_i > 0$ Persepsi manfaat tidak berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai maskulinisme.

Ha : $b_i > 0$ Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai maskulinisme.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 7 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi persepsi manfaat terhadap pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai maskulinisme diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = -0,245. Artinya hubungan persepsi manfaat terhadap pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai maskulinisme adalah negatif, hal ini menandakan bahwa pengguna lebih cenderung bersifat feminin.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai maskulinisme tidak terbukti memperkuat hubungan positif antara persepsi manfaat dengan pengadopsian mobile banking. Hasil ini tidak mendukung penelitian Hofstede (1984).

4.7.8. Pengujian H₈

Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang menganut nilai-nilai budaya individualis.

Ho : $b_i \leq 0$ Persepsi manfaat tidak berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang menganut nilai-nilai budaya individualis..

Ha : $b_i > 0$ Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang menganut nilai-nilai budaya individualis.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 8 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi persepsi manfaat terhadap pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai budaya individualis diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0,862. Artinya hubungan persepsi manfaat terhadap

pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai budaya individualis adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai budaya individualis terbukti memperkuat hubungan positif antara persepsi manfaat dengan pengadopsian mobile banking. Hasil ini mendukung penelitian Hofstede (1984).

4.7.9. Pengujian H_9

Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang rendah terhadap nilai-nilai budaya jarak kekuasaan.

$H_0 : b_i \leq 0$ Persepsi manfaat berhubungan tidak positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang rendah terhadap nilai-nilai budaya jarak kekuasaan.

$H_a : b_i > 0$ Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang menganut nilai-nilai budaya individualis.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 9 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan

pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi persepsi manfaat terhadap pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai budaya individualis diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0,862. Artinya hubungan persepsi manfaat terhadap pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang rendah terhadap nilai-nilai budaya jarak kekuasaan adalah positif.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai *nilai budaya jarak kekuasaan* terbukti memperkuat hubungan positif antara persepsi manfaat dengan pengadopsian mobile banking. Hasil ini mendukung penelitian Hofstede (1984).

4.7.10. Pengujian H_{10}

Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang tinggi terhadap nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian.

$H_0 : b_i \leq 0$ Persepsi manfaat tidak berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang tinggi terhadap nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian..

Ha : $b_i > 0$ Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang tinggi terhadap nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 10 tidak terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,109 atau lebih besar dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi persepsi manfaat terhadap pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai budaya individualis diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = -0,067. Artinya hubungan persepsi manfaat terhadap pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang tinggi terhadap nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian adalah negatif, hal ini menandakan bahwa responden cenderung memiliki tingkat dukungan yang rendah terhadap nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian.

Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian tidak terbukti memperkuat hubungan positif antara persepsi manfaat dengan pengadopsian mobile banking. Hasil ini tidak mendukung penelitian Hofstede (1984).

Tabel hasil kesimpulan pengujian hipotesis sebagai berikut.

Tabel 4.31

Hasil Pengujian Hipotesa

Hipotesis	Keterangan
H1: Resiko memiliki efek negatif pada perilaku pengadopsian mobile banking.	Tidak Terbukti
H2: Resiko memiliki efek negatif pada kepercayaan.	Tidak Terbukti
H3: Kepercayaan memiliki efek positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.	Terbukti
H4: Kepercayaan memiliki efek positif pada persepsi manfaat dari mobile banking.	Terbukti
H5: Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif pada perilaku pengadopsian mobile banking.	Terbukti
H6: Kualitas sistem memiliki pengaruh positif pada kepercayaan.	Terbukti
H7: Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang mendukung nilai-nilai maskulinisme.	Tidak Terbukti
H8: Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang menganut nilai-nilai budaya individualis.	Terbukti
H9: Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang rendah terhadap nilai-nilai budaya jarak kekuasaan.	Terbukti
H10: Persepsi manfaat berhubungan positif dengan pengadopsian mobile banking, dimana hubungan tersebut akan lebih kuat pada pengguna yang memiliki tingkat dukungan yang tinggi terhadap nilai-nilai budaya menghindari ketidakpastian	Tidak Terbukti

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 260 responden yang merupakan pihak nasabah yang menggunakan fasilitas *mobile banking* di Yogyakarta. Dalam penelitian ini terdapat 10 hipotesis yang diujikan menggunakan AMOS versi 7.0 dan SPSS versi 16.0. Dari ke 11 hipotesis tersebut terdapat 4 hipotesis yang tidak terbukti yaitu hipotesa 1, hipotesa 2, hipotesa 7 dan hipotesa 10 sedangkan 6 hipotesis lainnya terbukti dan terdukung oleh data.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *pengadopsian mobile banking* dipengaruhi oleh kepercayaan dan persepsi manfaat. Ketika nasabah mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan *mobile banking*, maka nasabah akan tertarik untuk menggunakan *mobile banking* karena nasabah yakin jika menggunakan layanan *mobile banking* dapat memberikan manfaat bagi dirinya. Apabila manfaat yang dirasakan oleh nasabah itu tinggi maka semakin tinggi pula keinginan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Selain itu, kepercayaan nasabah akan tinggi jika didukung dengan kualitas sistem dari *mobile banking* yang baik karena elemen kualitas sistem seperti daya tarik visual dan sistem navigasi bisa sangat mempengaruhi pembentukan kepercayaan sedangkan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap *pengadopsian mobile banking* diperkuat dengan adanya nilai-nilai individualis serta nilai-nilai budaya jarak kekuasaan yang rendah

dari nasabah yang menggunakan mobile banking. Ketika seseorang memutuskan untuk mengadopsi sebuah teknologi baru seperti *mobile banking*, individu yang bersifat individualis akan mengadopsi *mobile banking* ketika dia percaya jika mobile banking mempunyai manfaatnya bagi dirinya walaupun tidak bagi orang lain. Ketika individu tersebut menjunjung nilai-nilai menghindari ketidakpastian yang tinggi dan menganggap ketidakpastian merupakan sebuah ancaman maka perlu diupayakan dan diantisipasi sedini mungkin sehingga individu tersebut akan merasakan manfaat *mobile banking* yaitu seseorang akan lebih cepat mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk meminimalisasi ketidakpastian karena fasilitas *mobile banking* dapat digunakan kapanpun dan dimanapun.

Pada penelitian ini hipotesa 1 dan hipotesa 2 bahwa resiko memiliki efek negatif pada perilaku pengadopsian mobile banking dan resiko memiliki efek negatif pada kepercayaan tidak dapat dibuktikan. Hal ini mungkin terjadi karena responden yang mengisi kuesioner cenderung mendukung nilai-nilai budaya feminin sehingga ketika mereka menggunakan mobile banking mereka hanya sekedar untuk mengikuti trend dan bukan karena manfaatnya sehingga mereka tidak mepedulikan resiko. Begitu pula dengan hipotesa 7 dan hipotesa 10, nilai-nilai maskulinisme dan nilai-nilai menghindari ketidakpastian yang tinggi tidak terbukti dapat memperkuat hubungan positif antara persepsi manfaat dengan perilaku pengadopsian mobile banking, hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Hofstede dalam Ahmad Sobirin (2007) bahwa Indonesia tergolong kedalam negara yang masyarakatnya cenderung bersifat feminin yang tidak terlalu memikirkan manfaat ketika mereka mengadopsi mobile

banking sedangkan nilai-nilai menghindari ketidakpastian tinggi yang tidak terbukti berarti mengindikasikan bahwa masyarakat di Yogyakarta cenderung memiliki nilai-nilai menghindari ketidakpastian yang rendah sehingga mereka beranggapan bahwa ketidakpastian itu bagian dari hidup yang tidak perlu dicemaskan. Toleransi mereka terhadap ketidakpastian dengan demikian sangat tinggi (*weak uncertainty avoidance*). Akibatnya kelompok orang Islam menganggap perlu untuk melakukan tindakan-tindakan tertentu yang bertujuan hanya sekedar untuk menghindari ketidakpastian.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan menjadi sumber acuan bagi pihak bank yang akan mengimplementasikan teknologi layanan mobile banking yang lebih dapat diterima oleh nasabah di Indonesia. Sementara itu, bagi pihak bank yang telah mengimplementasikan teknologi layanan mobile banking menjadi bahan pendukung dalam mengevaluasi dan meng-*up date* sistem mobile banking-nya agar menjadi lebih baik dan lebih bermanfaat dan memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi.
2. Dari segi manajerial bank, temuan ini mengungkapkan bahwa resiko yang dirasakan dari layanan mobile banking tidak memberikan pengaruh negatif terhadap penggunaan mobile banking dalam menggunakan berbagai transaksi lainnya (misal:pembayaran, penjualan, pembelian, dll) dalam kegiatan sehari-hari atau penunjang kegiatan bisnisnya. Sehingga, sebaiknya pihak bank mulai

memfokuskan pada perbaikan kualitas sistem, pengembangan manfaat sehingga dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap layanan mobile banking.

3. Memberikan pengetahuan bagi pihak bank dan nasabah bahwa penggunaan suatu layanan mobile banking sangat dipengaruhi oleh kepercayaan, persepsi manfaat, kualitas sistem, nilai-nilai budaya individualis dan nilai-nilai budaya jarak kekuasaan yang rendah.
4. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menjadi literatur untuk penelitian sejenis lainnya. Sehingga dapat melakukan penelitian kembali pada beberapa hipotesa yang tidak terbukti pada penelitian ini.

5.3 Keterbatasan dan Saran penelitian selanjutnya

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian yang ingin dicapai, antara lain:

- 1) Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini hanya berasal dari pengguna mobile banking sehingga pemodelan dalam penelitian ini mungkin tidak dapat memasukkan persepsi dari pihak lain yaitu pihak bank selaku penyedia layanan mobile banking. Dalam penelitian ini, penulis hanya mengumpulkan data dari pengguna mobile banking. Penelitian yang akan datang sebaiknya juga mengumpulkan data dari sudut pandang pihak bank yang menyediakan layanan mobile banking untuk melengkapi data yang dikumpulkan dari sudut pandang pihak pengguna mobile banking.

- 2) Penelitian ini memiliki jumlah sampel yang sedikit untuk populasi pengguna mobile banking di Yogyakarta. Serta jumlah sampel yang hanya berjumlah 260 yang mungkin tidak cukup mewakili dari populasi yang ada. Penelitian berikutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel.
- 3) Penelitian ini menggunakan data primer, sehingga olahan dan analisis data berdasarkan pada kuesioner persepsi jawaban responden. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *interval* berupa *rating*, skala ini bukan menunjukkan ukuran yang sesungguhnya. Data penelitian ini dihasilkan dari instrumen berdasarkan persepsi jawaban responden. Hal ini akan menimbulkan masalah jika persepsi responden berbeda dengan keadaan yang sesungguhnya. Penelitian ini hanya menerapkan metode survei melalui kuesioner, peneliti hampir tidak melakukan wawancara karena keterbatasan waktu responden sehingga kesimpulan yang dikemukakan hanya berdasarkan data yang terkumpul melalui penggunaan instrumen secara tertulis yang umumnya mengandung kelemahan mengenai *internal validity*. Pada penelitian yang akan datang sebaiknya peneliti meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara terhadap responden untuk memperoleh data yang lebih akurat.
- 4) Instrumen pengukuran variabel penelitian ini semuanya menggunakan instrumen dari peneliti sebelumnya yang dikembangkan dalam bahasa yang berbeda dengan aslinya, sehingga kemungkinan adanya kelemahan dalam penerjemahan instrumen yang menyebabkan terjadinya perubahan dalam arti yang sebenarnya yang ingin dicapai. Kemungkinan juga responden salah dalam

mempersiapkan maksud yang sebenarnya sehingga penelitian yang akan datang perlu kajian yang lebih mendalam.

Dari beberapa keterbatasan yang dikemukakan, diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D.A., R.R. Nelson, P. A. Todd, *Perceives Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication*, MIS Quarterly, 1992, pp. 227-247.
- Ahmad Sobirin, *Budaya Organisasi, Penertian, makna dan aplikasinya dalam kehidupan organisasi*, UPP STIM YKPM, Yogyakarta, 2007.
- Ajzen, I., *The theory of planned behavior*, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 1991, pp. 197-211.
- Almilia, L.S., dan Giarta, A.N., *Perspektif Nasabah Perbankan Atas Kehadiran SMS Banking dan WAP Banking Sebagai Sistem Informasi Perbankan yang Bernilai Tambah*, STIE Perbanas, Surabaya, 2004.
- Ayadi, Achraf, *Value Creation in Mobile Banking*, Business Administration Departement - MINT Lab. GET/Institut des Telecommunication, 2005.
- Bart, Y.; Shankar, V.; Sultan, F.; and Urban, G.L. *Are the drivers and role of online trust the same for all Web sites and consumers? A large-scale exploratory empirical study*, Journal of Marketing, 2005, pp. 133-152.
- Bem. S., *The BSRI and Gender Schema Theory: A Reply to Spence and Heimricli*, Psychological Bulletin, (99), 1981, pp. 369-371.
- Bhattacharjee, A., dan Clive Sanford, *Influence Processes For Information Technology Acceptance: An Elaboration Model*, Mis Quarterly, (30:4) , 2006, pp. 805-820.
- Bond, R., and Smith, P. B., *Culture and Conformity: A Meta-Analysis of Studies Using Asch's (1952b, 1965) Line Judgment Task*, Psychological Bulletin, (119:1), 1996, pp. 113-137.
- Budi Hermana, *Model Penerimaan Teknologi Informasi dan Komunikasi: Meta Analysis*, <http://serpong7.batan.go.id/eII/Rab-RIII-SO-3.pdf>, 2005.
- Chau, P.Y.K. dan P.J.-H. Hu, "Information Technology Acceptance by Individual Professionals: A Model Comparison Approach," *Decision Sciences*, 32 (4), 699-719, 2001.

- Constantinople, A., *Masculinity-Femininity: An Exception to the Famous Dictum*, Psychological Bulletin, (80), 1973, pp. 389-407.
- Cunningham, S., *The major dimensions of perceived risk*. IN: Cox, D (Ed), *Risk taking and information handling in consumer behavior*, Harvard University press, Cambridge, MA, 1967.
- Davis, F.D., *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, MIS Quarterly, (13:5), 1989, pp. 319-339.
- Davis, F.D., R.P. Bagozzi, dan Pr. Warshaw, *User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models*, Management Science, (35:8), 1989, pp. 982-1003.
- Fishbein, M, I. Ajzen., *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison Wesley, Reading, 1975.
- Gefen. D., and Straub, D., *Gender Differences in the Perceptions of Use of E-Mail: An Extension to the Technology Acceptance Model*, MIS Quarterly, (21:4), 1997, pp. 389-400.
- Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D., *Trust and TAM in Online shopping: an integrated model*, MIS Quarterly, (27:1), 2003, pp. 51-90.
- Gewald et al., *Impact of Risk on Outsourcing in the BFI - The Influence Of Perceived Risks On Banking Managers' Intention To Outsource Business Processes - A Study Of The German Banking And Finance Industry*, Journal of Electronic Commerce Research, Vol. 7, No.2, 2006.
- Goodhue, D.L. dan Thompson, R.L., *Task Technology fit and individual performance*, MIS Quarterly, 19, 1995, pp. 213.
- Goodman, S.E., & Green, J.D. *Computing in the Middle East*. Communications of the ACM, 35(8), 21-25, 1992.
- Ghozali, Imam, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos Ver.5.0*, Universitas Diponegoro, Semarang, 2005.
- Hofstede. G., and Associates. *Masculinity and Femininity: The Taboo Dimension of National Cultures*, Thousand Oaks. CA, 1998.
- Hofstede. G., and Bond, M. H., *The Confucius Connection: From Cultural Roots to Economic Growth*, Organizational Dynamics (16:4), 1988, pp. 4-21.

- Hofstede, G., *Culture's Consequences*, Sage Publications, Newbury Park, CA, 1984.
- Hofstede, G., *Culture's Consequences: Intemational Differences in Work-Related Values*, Sage Publications, Beverly Hills, CA, 1980.
- Igbaria, M., *An examination of the factors contributing to microcomputer technology acceptance*, Accounting, Management and Information Technologies, (4:4), 1994, pp. 205-224.
- Javenpaa, S. L., Knoll, K. and Leidner, D.E., *Is anybody out there?: Antecedents of trust in global virtual teams*. Journal of management systems, (14:4), 1998, pp. 29-64.
- Javenpaa S. L. and Tood, P.A., *An empirical examination of the determinants of attitudes and intention toward shopping on the internet*, Working paper, university of texas, 1998.
- Kim, J., and Moon, J.Y., *Designing towards emotional usability in customer interfaces—Trustworthiness of cyber-banking system interfaces*, Interacting with Computers, (10:1), 1998, pp. 1–29.
- Kim, K.K., and Prabhakar, B., *Initial Trust and the Adoption of B2C e-commerce: the case of Internet Banking*, The DATA BASE for Advance in Information System, Vol 35, No.2, Spring 2004.
- Klopping, Inge M, *Extending The Technology Acceptance Model and The Task Technology Fit Model to Consumer E-Commerce*, Information Technology, Learning and Performance Journal, 22 ; 1, hal 35, 2004
- Lee, H. G., *Do electronic marketplace lower the price of goods?*, Communication of the ACM, (41:1), 1998, pp. 73-78.
- Lee, Younghwa, Keneth A. Kohar, and Kai R.T. Larsen, *The Technology Acceptance Model : Past, Present and Future*, Communication Of The Association For Information System, 12,50, hal 752 – 780.
- Lee, Soon, Ki., Lee, Seok, Hyung. and Kim, Yong, Sang, *Factors Influencingthe Adoption Behavior of Mobilr Bnaking: A South Korean Perspective*, Journal Of Internet Banking and Commerce, Vol.12, No.12, August 2007.
- Montoya-Weiss, M.; Voss, G.; and Grewal, D., *Determinants of online channel use and overall satisfaction with a relational, multichannel service provider*, Journal of the Academy of Marketing Science, (31:4), 2003, pp. 448–458.

- McKnight, D.H.; Choudhury, V.; and Kacmar, C., *The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a Web site: A trust building model*, Journal of Strategic Information Systems, (11:3-4), 2002, pp. 297-323.
- Nooteboom, B., Berger, H. and Noorderhaven, N., *Effects of trust and governance*, 1997.
- Nelson, R.; Todd, P.; and Wixom, B., *Antecedents of information and system quality: An empirical examination within the context of data warehousing*, Journal of Management Information Systems, (21:4), Spring 2005, pp. 199-235.
- Patrick YK Chau, *Influence Of Computer Attitude and Self Efficacy on IT Usage Behavior*, Journal Of Organizational and End User Computing, 13, 1, pp 26, 2001
- Podder, Braja, *Factor Influencing the Adoption and Usage of Internet Banking: A New Zeland Perspektive*. This tesis is presented as a part of the requirements for the award of the degree of Master of Information Technology, at the Auckland University of Technology June 2005 .
- Prasetyo, Budi., dan Lina, *Metode Penelitian Kualitatif*, Salemba Empat, Jakarta, 2005.
- Pikkarainen, T., Kari Pikkarainen, Heikki Karjaluoto dan Seppo Pahnila, *Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model*, Internet Research, (14:3), 2004, pp.224-235.
- Rogers, E. M., *Diffusion Of Innovations* (4th Ed.). New York: The Free Press, 1995.
- Redding. S., and Baldwin, E., *Managers for Asia/Pacific: Recruitment and Development Strategies*, Business International, Hong Kong, 1991.
- Suh, B. and Han, I., *Effect of trust on customer acceptance of Internet Banking*, Electronic Commerce Research and Aplication, 2002, pp. 247-263.
- Seddon, P. A., *Respecification and extension of the DeLone and McLean model of IS success*, Information Systems Research, (8:3), 1997, pp. 240-253.
- Stevanus Wisnu Wijaya, *Kajian Teoritis Technology Acceptance Model Sebagai Model Pendekatan Untuk Menentukan Strategi Mendorong Kemauan Pengguna Dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, HTML, 2006

- Sudarmanto. R Gunawan, *Analisis Regresi Linear Ganda Dengan SPSS*, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta, 2005
- Supardi, *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, Ekonisia, Yogyakarta, 2005
- Srite, M and Karahanna, E., *The Role Of Espoused National Cultural Values In Technology Acceptance*, *MIS Quarterly*, Vol. 30 No. 3, September 2006, pp. 679-704.
- Straub, D., Loch, K., Evaristo, J. R., Karahanna, E., and Srite, M., *Toward a Theory-Based Measurement of Culture*. *Journal of Global Information Management* (10:1), 2002, pp. 13-23.
- Tseng, S., and Fogg, B.J., *Credibility and computing technology*, *Communications of the ACM*, 42:5, 1999, pp. 39-44.
- Taylor, M. C, and Hall, J. A., *Psychological Androgyny: Theories, Methods, and Conclusion*, *Psychological Bulletin*, (92), 1982, pp.347-366.
- Triandis. H. C., *Cross-Cultural Studies of Individualism and Collectivism*, in *Nebraska Symposium on Motivation*, J. Berman (ed.), University of Nebraska Press, Lincoln, NE, 1989a, pp.41-133.
- Thompson, R.L., C.A. Higgins, dan J.M. Howell, *Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization*, *MIS Quarterly*, (15:1), 1991, pp. 125-143.
- Venkatesh, V. dan Fred D Davis, *A Theoretical Extension Of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Study*, *Management Science*; 46, 2; pp 186, 2000.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D., *User Acceptance of Information Technology: Towards a Unified View*, *MS Quarterly*, (27:3), 2003, pp. 425-478.
- Venkatesh, V., and Morris, M. G., *Why Don't Men Ever Stop and Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior*, *MIS Quarterly*, (24:1), 2000, pp. 115-140.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., and Ackerman, P., *A Longitudinal Field Investigation of Gender Differences in Individual Information Technology Adoption Decision-Making Processes*, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, (S2:1), 2000, pp. 33-60.

Venkatesh, V., Morris. M. G., Ackerman. P., and Sykes, T., *Individual Reactions to New Technologies in the Workplace: The Role of Gender as a Psychological Construct*, Journal of Applied Social Psychology, (34:3), 2004, pp. 445-467.

Vance, Anthony, Christophe Elie-dit-cosaque, and Detmar w. Straub, *Examining Trust in Information Technology Artifacts: The Effects of System Quality and Culture*, Journal of Management Information Systems, (24:4), Spring 2008, pp. 73–100.

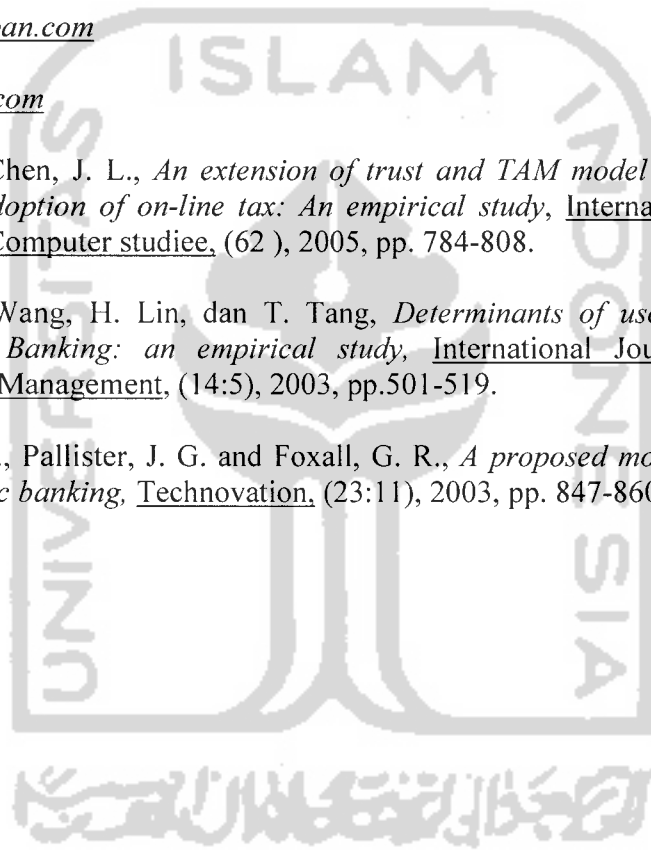
www.sinarharapan.com

www.eBizzAsia.com

Wu, I. L. and Chen, J. L., *An extension of trust and TAM model with TPB in the initial adoption of on-line tax: An empirical study*, International Journal of Human Computer studiee, (62), 2005, pp. 784-808.

Wang, Y., Y. Wang, H. Lin, dan T. Tang, *Determinants of user acceptance of Internet Banking: an empirical study*, International Journal of Service Industry Management, (14:5), 2003, pp.501-519.

Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G. and Foxall, G. R., *A proposed model of e-trust for electronic banking*, Technovation, (23:11), 2003, pp. 847-860.



LAMPIRAN 1 : Kuesioner



Kepada:

Yth Bapak/Ibu/Saudara.

di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang skripsi yang berjudul “ FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGADOPSIAN MOBILE BANKING DI YOGYAKARTA” yang disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuisisioner yang terlampir berikut ini. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini dan seluruh jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan dirahasiakan.

Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, Juli 2008

Pembimbing

Peneliti

Prof. Dr. H. Hadri Kusuma, MBA, Ph.D

Fadilla Caesareni Oktanita

Kuesioner Penelitian

Pernyataan–pernyataan berikut adalah item-tem mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen dan kepercayaan serta kesediaan nasabah untuk menggunakan mobile banking. Untuk itu mohon Bapak/Ibu/Saudara memberi tanda tick mark (√) atau silang (X) pada angka 1 sampai 6 dari setiap pertanyaan berikut sesuai dengan pengalaman atau rasakan setelah Bapak/Ibu/Saudara menggunakan layanan Mobile Banking.

Karakteristik Responden

Nama :

Usia :Tahun

Jenis Kelamin* : () Laki-laki

() Perempuan

Jenjang Pendidikan*: () SLTA atau lebih rendah

() Diploma (D3)

() Strata 1 (S1)

() Strata 2 (S2)

() Strata 3 (S3)

Anda telah menggunakan Mobile Banking tahun

Variabel Penelitian

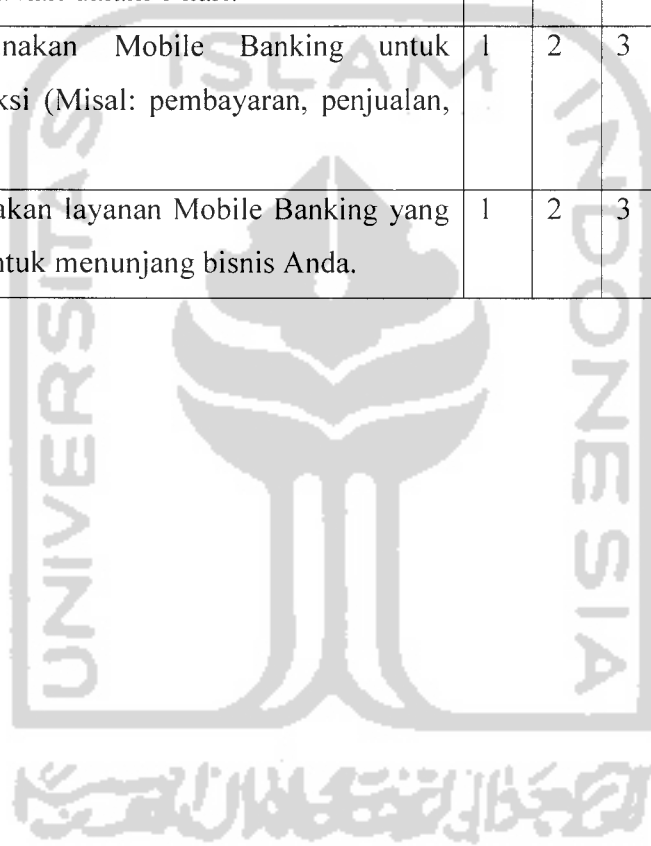
	<i>Sangat Tidak Setuju</i>			<i>Sangat Setuju</i>		
1. Trust (Kepercayaan)						
Bank menjaga perjanjiannya dengan Anda.	1	2	3	4	5	6
Bank menghormati komitmennya dengan Anda.	1	2	3	4	5	6
Bank dapat menggunakan informasi rahasia tentang Anda demi keuntungannya.	1	2	3	4	5	6
Bank dapat mengambil keuntungan dari perubahan situasi (contohnya perubahan tingkat suku bunga).	1	2	3	4	5	6
Bank dapat mengambil keuntungan dari kekurangan dan masalah Anda.	1	2	3	4	5	6
Bank dapat menginterpretasikan informasi yang ambigu untuk keuntungannya sendiri.	1	2	3	4	5	6
2. Manfaat (Perceived Usefulness)						
Penggunaan Mobile Banking mempercepat pekerjaan Anda.	1	2	3	4	5	6
Mobile Banking meningkatkan kualitas pekerjaan Anda.	1	2	3	4	5	6
Penggunaan Mobile Banking meningkatkan kinerja pekerjaan Anda.	1	2	3	4	5	6
Penggunaan Mobile Banking meningkatkan efektifitas pekerjaan Anda.	1	2	3	4	5	6
Penggunaan Mobile Banking mempermudah pekerjaan Anda.	1	2	3	4	5	6
Secara keseluruhan, Mobile Banking sangat berguna bagi pekerjaan Anda.	1	2	3	4	5	6
3. Perceived Risk (Resiko)						
Resiko Financial						
Penggunaan Mobile Banking meningkatkan biaya perbankan anda.	1	2	3	4	5	6

Penggunaan Mobile Banking melindungi anda dari kecurangan atau kerugian keuangan.	1	2	3	4	5	6
Resiko Sosial						
Penggunaan Mobile Banking mengurangi keuntungan dari interaksi pribadi dengan pegawai bank.	1	2	3	4	5	6
Resiko Psikologi						
Menurut anda Penggunaan Mobile Banking tidak aman	1	2	3	4	5	6
Kesalahan dari penyedia Mobile Banking merusak reputasi sebuah Bank.	1	2	3	4	5	6
Penggunaan Mobile Banking tidak nyaman.	1	2	3	4	5	6
Resiko Privasi						
Penggunaan mobile banking akan membahayakan privasi anda	1	2	3	4	5	6
Resiko Waktu						
Penggunaan Mobile Banking meningkatkan waktu yang diperlukan untuk urusan perbankan.	1	2	3	4	5	6
4. System Quality (Kualitas Sistem)	<i>Sangat Tidak Setuju</i>			<i>Sangat Setuju</i>		
4.1 Visual Appeal (Daya Tarik Visual)						
Anda menyukai tampilan dan rasa dalam Web site Mobile Banking.	1	2	3	4	5	6
Menurut Anda Web site dalam Mobile Banking itu menarik.	1	2	3	4	5	6
Anda menyukai grafik dalam Web site Mobile Banking.	1	2	3	4	5	6
4.2 Navigation Structure (struktur navigasi)						
Adalah mudah untuk mendapatkan apa yang anda cari pada Web site Mobile Banking.	1	2	3	4	5	6
Adalah mudah untuk berpindah disekitar penggunaan online pada Web site Mobile Banking.	1	2	3	4	5	6
Web site Mobile Banking menawarkan susunan yang logis yang mudah untuk diikuti.	1	2	3	4	5	6

5. Culture (Kebudayaan)	<i>Sangat Tidak Setuju</i>		<i>Sangat Setuju</i>			
5.1 Masculinity/Femininity						
Adalah lebih baik pria yang menempati posisi yang lebih tinggi daripada wanita.	1	2	3	4	5	6
Ada beberapa pekerjaan yang lebih baik dilakukan oleh pria dibandingkan wanita.	1	2	3	4	5	6
Adalah lebih baik pria yang menempati jabatan ahli dibandingkan wanita.	1	2	3	4	5	6
Pemecahan masalah dalam suatu organisasi membutuhkan pendekatan paksaan merupakan ciri para pria.	1	2	3	4	5	6
Wanita tidak mendapat pengakuan dan pengembangan karir sebagaimana layaknya pria.	1	2	3	4	5	6
5.2 Individualisme/ Collectivisme						
Adalah hal yang lebih penting bagi manajer untuk mendorong kesetiaan dan rasa tanggung jawab kepada bawahan dibandingkan inisiatif individu	1	2	3	4	5	6
Keberhasilan kelompok lebih penting dibandingkan keberhasilan individu.	1	2	3	4	5	6
Penghargaan individu lebih penting dari kesejahteraan kelompok.	1	2	3	4	5	6
Diterima sebagai anggota dalam sebuah kelompok adalah hal yang lebih penting daripada memiliki otonomi dan independen.	1	2	3	4	5	6
Diterima sebagai anggota dalam sebuah kelompok adalah hal yang penting daripada berdiri sendiri.	1	2	3	4	5	6
Kesetiaan terhadap kelompok lebih penting daripada tujuan individu.	1	2	3	4	5	6

5.3 Power Distance (Jarak Kekuasaan)						
Atasan dengan level yang lebih tinggi seharusnya menerima lebih banyak keuntungan dan keistimewaan daripada bawahan.	1	2	3	4	5	6
Sebagian besar atasan akan membuat keputusan tanpa pendapat dari bawahan.						
Atasan hendaknya lebih hati-hati untuk tidak meminta pendapat kepada bawahan terlalu sering, jika tidak atasan akan terlihat lemah dan tidak memiliki kemampuan.	1	2	3	4	5	6
Bawahan hendaknya tidak meragukan keputusan para atasan.	1	2	3	4	5	6
Atasan hendaknya tidak meminta nasehat kepada bawahan karena akan membuat atasan terlihat lemah.	1	2	3	4	5	6
Pengambilan keputusan hendaknya dilakukan oleh manajemen puncak dalam organisasi dan tidak dilimpahkan kepada pekerja bawahan.	1	2	3	4	5	6
Seorang atasan hendaknya melakukan pekerjaan yang sulit dan penting dan melimpahkan pekerjaan yang lebih mudah kepada bawahan.	1	2	3	4	5	6
5.4 Uncertainty Avoidance (Menghindari Ketidakpastian)						
Anda akan menghindari terjadinya perubahan yang dianggap lebih buruk.	1	2	3	4	5	6
Peraturan merupakan hal yang penting karena informasi tersebut menjelaskan tujuan dari sebuah organisasi.	1	2	3	4	5	6
Perintah dan struktur adalah hal yang penting dalam lingkungan kerja.	1	2	3	4	5	6
Adalah hal yang penting untuk memiliki persyaratan kerja dan petunjuk yang rinci agar orang selalu mengetahui apa yang seharusnya mereka lakukan.	1	2	3	4	5	6

6. Adoption (Penggunaan)	<i>Sangat Tidak Intensif</i>			<i>Sangat Intensif</i>		
	1	2	3	4	5	6
Anda bertransaksi melalui Mobile Banking secara intensif (Misal : lebih dari 1 jam per hari).	1	2	3	4	5	6
Anda sering bertransaksi melalui Mobile Banking (Misal: beberapa kali dalam 1 hari).	1	2	3	4	5	6
Anda menggunakan Mobile Banking untuk berbagai transaksi (Misal: pembayaran, penjualan, pembelian, dll).	1	2	3	4	5	6
Anda menggunakan layanan Mobile Banking yang berbeda-beda untuk menunjang bisnis Anda.	1	2	3	4	5	6



LAMPIRAN 2 : Data**Tabel Kepercayaan (KP) dan Persepsi Manfaat (PM)**

NO	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP	PM1	PM2	PM3	PM4	PM5	PM6	PM
1	4	5	4	5	4	3	4,1667	5	5	4	4	5	4	4,5
2	3	3	3	2	3	3	2,8333	3	4	4	4	3	4	3,6667
3	5	4	5	2	4	3	3,8333	6	3	5	3	4	4	4,1667
4	4	3	3	5	3	6	4	3	4	4	4	4	4	3,8333
5	5	6	5	3	5	6	5	3	3	4	3	3	3	3,1667
6	4	3	3	6	3	6	4,1667	3	3	3	4	3	3	3,1667
7	4	4	3	6	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3,5
8	4	4	3	3	4	3	3,5	4	3	4	4	4	4	3,8333
9	6	6	6	6	6	3	5,5	5	4	4	5	5	5	4,6667
10	4	4	4	4	4	6	4,3333	3	3	3	3	3	4	3,1667
11	5	4	4	4	5	2	4	4	4	3	3	3	4	3,5
12	5	4	5	5	5	5	4,8333	3	3	3	4	3	4	3,3333
13	5	4	4	4	4	4	4,1667	5	4	4	4	4	5	4,3333
14	4	3	4	3	3	5	3,6667	3	3	3	4	4	3	3,3333
15	5	6	5	2	5	3	4,3333	5	5	4	4	4	4	4,3333
16	5	5	5	5	5	6	5,1667	3	3	3	4	3	3	3,1667
17	3	3	4	6	3	2	3,5	4	3	4	4	4	4	3,8333
18	5	6	6	5	6	5	5,5	5	5	5	6	3	3	4,5
19	5	5	5	2	5	4	4,3333	3	6	6	5	3	3	4,3333
20	6	3	5	5	5	2	4,3333	3	3	4	3	4	3	3,3333
21	5	4	3	4	6	5	4,5	5	4	5	4	4	5	4,5
22	3	3	6	6	4	4	4,3333	6	5	5	5	5	5	5,1667
23	5	4	4	3	5	5	4,3333	4	3	3	6	5	4	4,1667
24	6	5	5	4	5	2	4,5	3	3	3	3	4	4	3,3333
25	4	4	3	5	3	4	3,8333	4	5	4	4	5	4	4,3333
26	5	4	4	4	4	3	4	5	5	6	5	6	3	5
27	4	4	5	6	5	2	4,3333	4	5	5	4	4	4	4,3333
28	4	5	4	5	4	4	4,3333	5	4	6	4	5	3	4,5
29	5	5	5	6	6	2	4,8333	4	4	4	4	5	4	4,1667
30	5	5	4	5	4	5	4,6667	4	4	4	5	5	5	4,5
31	6	5	6	5	6	6	5,6667	4	5	4	4	5	5	4,5
32	5	5	6	2	6	2	4,3333	5	4	5	4	4	4	4,3333
33	4	3	4	3	4	6	4	5	4	5	4	5	4	4,5

34	5	5	6	3	5	4	4,6667	5	3	3	4	6	5	4,3333
35	3	6	6	6	5	6	5,3333	4	4	4	5	5	5	4,5
36	6	6	5	5	5	3	5	5	6	6	5	5	5	5,3333
37	3	4	3	6	4	2	3,6667	6	6	6	5	5	5	5,5
38	6	5	5	6	5	4	5,1667	5	6	4	3	6	3	4,5
39	6	6	6	5	5	5	5,5	4	5	5	5	5	4	4,6667
40	6	5	5	4	6	6	5,3333	5	4	5	5	5	5	4,8333
41	4	5	4	2	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3,5
42	5	5	5	5	5	3	4,6667	3	4	4	3	4	4	3,6667
43	5	4	5	6	5	2	4,5	5	4	4	4	4	5	4,3333
44	3	3	3	2	3	4	3	5	5	6	6	6	6	5,6667
45	6	5	5	2	5	2	4,1667	4	4	4	5	5	4	4,3333
46	4	5	4	2	5	4	4	5	5	5	5	6	5	5,1667
47	5	4	4	5	5	4	4,5	4	4	3	3	3	4	3,5
48	4	5	4	6	4	5	4,6667	4	5	4	5	5	4	4,5
49	4	4	4	5	4	5	4,3333	6	5	5	5	5	6	5,3333
50	6	5	6	6	6	4	5,5	5	4	4	4	5	4	4,3333
51	5	6	6	6	6	3	5,3333	5	5	5	5	4	4	4,6667
52	5	6	4	5	4	6	5	4	4	4	5	5	4	4,3333
53	5	5	5	2	4	5	4,3333	5	4	4	5	4	5	4,5
54	5	5	6	6	6	4	5,3333	4	5	4	5	5	4	4,5
55	5	5	6	5	6	3	5	5	5	4	5	4	5	4,6667
56	6	5	5	5	5	6	5,3333	4	4	5	4	5	4	4,3333
57	5	6	6	6	5	5	5,5	4	4	4	4	5	5	4,3333
58	5	6	6	5	5	5	5,3333	4	5	4	5	5	5	4,6667
59	5	5	5	2	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4,5
60	6	6	5	6	5	2	5	5	5	5	4	5	4	4,6667
61	6	6	5	3	6	2	4,6667	6	5	6	6	6	5	5,6667
62	5	5	4	3	4	6	4,5	6	4	6	6	3	6	5,1667
63	6	5	6	2	5	3	4,5	5	5	6	6	5	5	5,3333
64	4	4	5	2	4	2	3,5	4	5	4	5	4	4	4,3333
65	4	5	5	4	4	4	4,3333	5	4	5	5	4	5	4,6667
66	4	5	5	2	4	4	4	6	6	5	3	5	3	4,6667
67	6	5	5	2	4	3	4,1667	4	5	3	6	6	6	5
68	4	5	4	3	5	6	4,5	4	5	4	4	4	4	4,1667
69	3	4	6	5	4	6	4,6667	4	4	3	4	3	4	3,6667
70	3	6	5	4	3	4	4,1667	4	4	3	4	3	4	3,6667

71	5	6	6	5	3	2	4,5	5	4	6	4	4	4	4,5
72	5	6	5	3	6	4	4,8333	5	6	5	5	6	5	5,3333
73	4	5	4	3	5	3	4	4	4	3	3	4	3	3,5
74	6	5	5	6	6	4	5,3333	4	4	4	4	5	5	4,3333
75	5	5	5	4	5	2	4,3333	4	5	5	4	4	5	4,5
76	6	6	5	5	5	4	5,1667	6	4	6	5	5	4	5
77	4	3	3	4	3	3	3,3333	5	5	4	5	4	4	4,5
78	5	4	5	6	4	4	4,6667	4	4	4	5	4	5	4,3333
79	6	5	5	6	5	5	5,3333	6	6	6	6	5	5	5,6667
80	3	5	6	3	5	3	4,1667	6	5	6	6	6	6	5,8333
81	5	4	4	6	4	3	4,3333	5	3	4	5	5	3	4,1667
82	5	5	5	4	6	5	5	6	6	5	6	5	5	5,5
83	5	5	5	5	6	5	5,1667	6	6	6	5	6	6	5,8333
84	5	4	5	4	5	3	4,3333	6	6	6	5	5	6	5,6667
85	4	4	5	4	4	4	4,1667	4	5	4	4	5	5	4,5
86	4	5	5	2	5	2	3,8333	6	5	5	6	5	5	5,3333
87	5	6	6	6	5	6	5,6667	4	5	5	5	4	5	4,6667
88	5	6	6	3	5	3	4,6667	5	5	5	6	6	5	5,3333
89	4	5	4	3	5	2	3,8333	5	6	6	5	5	6	5,5
90	5	4	4	6	5	3	4,5	6	5	5	5	6	6	5,5
91	6	6	5	2	4	5	4,6667	5	5	5	5	6	6	5,3333
92	6	5	5	5	6	2	4,8333	5	5	6	6	5	5	5,3333
93	3	3	4	2	4	2	3	4	4	4	4	5	5	4,3333
94	5	5	6	5	5	3	4,8333	6	5	5	5	6	6	5,5
95	5	5	6	3	5	3	4,5	5	5	6	6	5	5	5,3333
96	5	6	5	3	5	6	5	5	5	6	6	5	6	5,5
97	6	6	6	6	6	4	5,6667	5	6	5	6	6	5	5,5
98	5	6	6	4	6	4	5,1667	5	6	6	6	5	5	5,5
99	4	4	4	5	5	3	4,1667	6	6	6	6	5	5	5,6667
100	5	5	6	4	5	6	5,1667	5	5	6	6	6	5	5,5
101	3	3	3	6	5	6	4,3333	4	5	5	4	4	5	4,5
102	5	6	5	5	6	4	5,1667	5	6	6	6	6	5	5,6667
103	5	4	4	5	5	2	4,1667	5	6	6	6	6	6	5,8333
104	3	4	5	4	5	5	4,3333	4	5	5	4	4	3	4,1667
105	6	3	5	3	6	3	4,3333	5	5	6	6	5	6	5,5
106	5	5	4	4	4	4	4,3333	4	4	5	4	4	5	4,3333
107	6	6	6	3	6	4	5,1667	6	5	5	6	6	6	5,6667

108	6	6	6	2	6	5	5,1667	6	6	5	5	5	6	5,5
109	5	6	6	3	6	4	5	6	5	6	5	6	6	5,6667
110	5	5	6	2	6	2	4,3333	6	6	5	5	6	6	5,6667
111	6	5	6	4	6	2	4,8333	5	6	5	5	5	5	5,1667
112	5	5	3	3	5	4	4,1667	6	6	6	5	5	5	5,5
113	4	4	4	6	4	3	4,1667	6	5	5	6	6	6	5,6667
114	5	6	6	3	6	4	5	5	6	5	6	5	5	5,3333
115	5	6	6	3	5	4	4,8333	6	5	5	5	6	5	5,3333
116	5	6	6	3	5	3	4,6667	5	6	6	5	6	6	5,6667
117	6	5	5	5	5	3	4,8333	4	5	4	4	5	5	4,5
118	5	5	6	6	5	4	5,1667	6	6	6	6	6	6	6
119	6	6	5	2	6	6	5,1667	5	5	5	6	6	6	5,5
120	6	6	4	6	4	3	4,8333	5	5	5	6	6	6	5,5
121	5	5	5	3	6	2	4,3333	5	5	5	5	5	5	5
122	5	6	5	3	6	4	4,8333	5	5	5	5	5	5	5
123	5	6	6	3	5	2	4,5	5	5	5	6	6	5	5,3333
124	4	3	4	2	3	3	3,1667	4	5	4	4	5	4	4,3333
125	5	5	5	6	6	2	4,8333	6	6	6	6	6	6	6
126	4	3	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4,3333
127	4	3	4	6	4	2	3,8333	4	4	5	4	4	4	4,1667
128	6	5	6	5	6	2	5	6	5	6	6	6	5	5,6667
129	5	6	6	4	6	3	5	5	6	5	5	5	5	5,1667
130	6	5	6	5	6	3	5,1667	6	5	5	6	6	5	5,5
131	5	5	4	5	4	5	4,6667	5	5	4	5	5	4	4,6667
132	5	5	4	3	5	5	4,5	4	5	5	4	5	5	4,6667
133	4	5	4	2	5	6	4,3333	5	4	4	4	4	4	4,1667
134	5	4	4	6	5	4	4,6667	5	3	3	3	4	4	3,6667
135	4	5	4	6	4	3	4,3333	4	4	6	4	4	3	4,1667
136	5	6	5	5	5	5	5,1667	6	5	6	5	6	5	5,5
137	3	3	3	2	4	4	3,1667	4	5	4	4	4	4	4,1667
138	5	5	4	6	5	6	5,1667	5	5	6	6	6	6	5,6667
139	4	4	5	5	4	5	4,5	4	4	5	5	4	5	4,5
140	6	4	5	5	3	3	4,3333	3	3	5	6	3	5	4,1667
141	6	5	5	4	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5,3333
142	5	3	5	4	6	6	4,8333	4	5	5	5	5	5	4,8333
143	6	5	5	5	6	2	4,8333	6	6	6	6	5	5	5,6667
144	4	3	3	4	4	5	3,8333	6	5	5	5	5	6	5,3333

145	4	3	4	3	4	4	3,6667	4	4	4	4	4	4	4
146	3	4	4	4	3	2	3,3333	4	5	4	4	5	4	4,3333
147	4	3	4	2	3	6	3,6667	5	6	5	5	6	5	5,3333
148	6	3	3	6	3	5	4,3333	6	3	5	4	5	4	4,5
149	5	5	6	6	5	3	5	6	6	6	5	6	6	5,8333
150	5	6	6	5	6	4	5,3333	6	5	5	5	6	5	5,3333
151	5	6	5	5	6	4	5,1667	6	5	5	5	5	5	5,1667
152	6	6	6	6	5	3	5,3333	6	6	5	5	6	6	5,6667
153	5	6	6	5	6	4	5,3333	5	5	5	6	5	5	5,1667
154	3	4	4	2	6	3	3,6667	5	5	6	6	6	5	5,5
155	5	5	6	3	6	3	4,6667	4	5	5	5	5	5	4,8333
156	5	6	5	6	5	4	5,1667	6	5	3	5	3	6	4,6667
157	4	4	4	2	5	3	3,6667	5	3	3	3	6	6	4,3333
158	5	5	6	6	5	2	4,8333	5	5	6	6	6	6	5,6667
159	4	4	4	3	5	6	4,3333	4	5	4	5	4	4	4,3333
160	5	5	5	3	5	5	4,6667	6	5	6	6	6	6	5,8333
161	5	5	5	2	5	4	4,3333	6	5	6	5	6	6	5,6667
162	6	5	6	5	4	3	4,8333	6	6	5	5	6	6	5,6667
163	5	5	5	6	5	4	5	6	5	5	5	5	5	5,1667
164	4	5	5	6	5	6	5,1667	5	6	6	5	5	6	5,5
165	5	4	4	4	4	2	3,8333	5	5	4	4	4	5	4,5
166	4	4	5	5	4	3	4,1667	5	4	5	5	4	4	4,5
167	6	6	5	3	5	2	4,5	5	5	6	6	6	5	5,5
168	5	5	6	4	6	5	5,1667	6	6	5	5	5	5	5,3333
169	6	6	5	4	5	3	4,8333	6	5	6	5	5	5	5,3333
170	6	5	5	4	5	6	5,1667	6	6	6	5	5	5	5,5
171	5	6	5	5	5	6	5,3333	6	6	5	6	6	6	5,8333
172	4	5	5	5	4	3	4,3333	5	6	5	5	6	6	5,5
173	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4,3333
174	5	5	5	6	5	3	4,8333	6	5	5	6	6	6	5,6667
175	5	6	5	4	5	4	4,8333	5	6	6	6	5	5	5,5
176	5	5	6	6	5	3	5	5	6	5	6	6	6	5,6667
177	5	6	6	5	6	3	5,1667	5	6	6	5	5	6	5,5
178	5	5	5	4	5	3	4,5	5	6	5	5	5	6	5,3333
179	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4,5
180	5	5	5	3	4	6	4,6667	3	4	4	3	4	4	3,6667
181	6	6	6	3	5	5	5,1667	5	6	6	6	5	5	5,5

182	5	5	5	6	6	4	5,1667	5	6	4	6	5	4	5
183	5	5	5	2	5	2	4	3	3	3	4	3	4	3,3333
184	4	5	5	4	4	2	4	4	5	4	5	4	5	4,5
185	4	5	4	4	4	2	3,8333	4	4	3	4	3	3	3,5
186	5	5	4	2	4	4	4	6	5	5	6	6	5	5,5
187	5	5	6	5	6	4	5,1667	6	6	3	4	3	4	4,3333
188	6	6	5	6	6	2	5,1667	5	5	6	5	3	4	4,6667
189	4	5	5	3	5	2	4	6	5	5	6	6	5	5,5
190	4	3	3	4	3	4	3,5	4	4	3	3	4	4	3,6667
191	6	5	6	6	5	3	5,1667	6	4	4	3	6	5	4,6667
192	4	4	4	3	4	4	3,8333	6	6	5	5	5	5	5,3333
193	3	4	3	6	3	4	3,8333	4	5	3	4	3	3	3,6667
194	5	4	4	2	5	6	4,3333	5	6	5	3	3	5	4,5
195	3	4	4	5	5	4	4,1667	4	5	5	5	6	3	4,6667
196	5	5	6	6	6	5	5,5	5	6	5	5	4	4	4,8333
197	4	5	4	2	4	6	4,1667	4	5	5	5	5	5	4,8333
198	6	5	6	3	6	4	5	5	5	5	4	5	5	4,8333
199	3	3	4	6	3	6	4,1667	3	4	4	6	3	3	3,8333
200	5	5	5	2	4	4	4,1667	6	5	5	6	6	6	5,6667
201	5	4	5	5	4	3	4,3333	5	5	6	5	5	6	5,3333
202	5	5	6	5	6	6	5,5	4	6	5	3	5	3	4,3333
203	5	6	5	2	6	6	5	5	4	6	5	3	3	4,3333
204	4	4	5	4	4	5	4,3333	4	5	5	5	5	4	4,6667
205	5	4	5	2	5	4	4,1667	6	6	6	6	5	5	5,6667
206	5	4	5	6	4	6	5	5	5	6	6	5	3	5
207	4	5	3	4	4	2	3,6667	6	5	5	6	6	5	5,5
208	5	4	4	2	4	2	3,5	5	6	6	5	6	3	5,1667
209	5	3	3	3	4	3	3,5	6	6	3	4	3	6	4,6667
210	4	5	6	5	6	2	4,6667	5	3	4	5	3	5	4,1667
211	3	5	3	6	6	2	4,1667	3	3	5	3	6	3	3,8333
212	4	4	4	4	4	2	3,6667	4	4	5	5	4	4	4,3333
213	4	5	5	3	4	3	4	5	5	6	6	5	6	5,5
214	6	6	3	2	3	6	4,3333	5	5	5	5	6	6	5,3333
215	6	6	5	2	6	5	5	4	5	5	4	6	4	4,6667
216	5	6	5	6	6	4	5,3333	6	5	5	6	6	5	5,5
217	3	6	4	4	6	5	4,6667	5	5	5	6	6	5	5,3333
218	5	3	5	5	6	2	4,3333	3	5	6	6	6	3	4,8333

219	4	4	4	4	3	2	3,5	6	5	5	5	6	5	5,3333
220	5	6	6	5	6	4	5,3333	5	6	3	4	4	4	4,3333
221	3	4	6	3	5	2	3,8333	4	5	3	5	5	6	4,6667
222	6	4	4	5	4	6	4,8333	5	5	5	6	5	6	5,3333
223	6	5	5	3	5	4	4,6667	5	5	4	5	3	5	4,5
224	4	4	3	6	4	2	3,8333	4	4	4	3	3	4	3,6667
225	6	6	5	4	6	5	5,3333	4	3	5	4	5	4	4,1667
226	5	4	4	4	4	5	4,3333	4	4	4	4	5	4	4,1667
227	5	3	4	5	4	4	4,1667	4	5	4	5	4	5	4,5
228	5	6	6	4	6	6	5,5	5	6	6	5	6	6	5,6667
229	5	3	6	4	5	3	4,3333	4	4	4	4	4	5	4,1667
230	6	6	5	5	5	3	5	5	6	6	5	5	5	5,3333
231	4	5	5	6	4	6	5	5	5	6	5	4	5	5
232	5	6	5	6	6	5	5,5	4	4	4	4	4	5	4,1667
233	5	6	5	3	5	2	4,3333	6	6	6	6	6	6	6
234	4	4	5	2	5	6	4,3333	6	5	5	5	5	5	5,1667
235	4	4	5	2	3	3	3,5	6	6	6	6	6	6	6
236	5	5	6	5	6	2	4,8333	4	4	5	4	4	4	4,1667
237	4	5	5	5	5	5	4,8333	5	5	5	5	6	5	5,1667
238	6	5	6	6	5	6	5,6667	5	6	5	5	5	5	5,1667
239	6	6	6	4	6	5	5,5	5	5	5	5	4	4	4,6667
240	4	5	4	5	4	6	4,6667	4	5	4	4	5	4	4,3333
241	5	5	4	3	4	5	4,3333	5	5	6	5	6	6	5,5
242	5	4	5	5	4	3	4,3333	5	6	5	5	5	5	5,1667
243	3	5	4	2	5	2	3,5	3	4	4	3	4	4	3,6667
244	4	5	4	2	4	6	4,1667	4	4	4	5	4	4	4,1667
245	5	5	4	5	5	2	4,3333	4	3	6	5	4	6	4,6667
246	3	3	3	2	5	2	3	6	6	5	6	5	6	5,6667
247	5	5	5	3	5	6	4,8333	4	5	4	4	5	5	4,5
248	6	6	6	6	5	4	5,5	5	5	5	5	4	5	4,8333
249	4	5	4	2	4	3	3,6667	5	4	5	5	5	4	4,6667
250	6	6	5	6	6	2	5,1667	5	5	5	4	4	4	4,5
251	6	5	5	6	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4,8333
252	4	3	3	6	4	4	4	4	3	6	6	5	6	5
253	5	5	6	5	4	2	4,5	5	4	5	4	5	5	4,6667
254	5	6	5	2	5	2	4,1667	6	5	6	5	5	5	5,3333
255	5	5	5	5	6	3	4,8333	5	4	4	4	4	5	4,3333

256	4	3	4	6	4	2	3,8333	5	6	6	5	6	6	5,6667
257	4	4	4	4	4	6	4,3333	3	6	5	4	6	6	5
258	5	4	5	4	4	4	4,3333	5	4	5	5	4	4	4,5
259	5	4	5	2	5	5	4,3333	5	4	5	5	4	4	4,5
260	5	5	3	5	3	5	4,3333	6	5	5	6	6	5	5,5

LAMPIRAN 3 : Data

Tabel Resiko (R)

NO	RF1	RF2	RS1	RPS1	RPS2	RPS3	RPV1	RW1	R
1	5	5	6	2	5	5	6	5	4,875
2	6	4	4	3	4	4	4	3	4
3	4	5	6	5	6	5	6	5	5,25
4	5	4	3	3	4	4	4	3	3,75
5	4	5	3	4	6	4	4	4	4,25
6	3	3	4	2	4	4	4	3	3,375
7	4	3	3	4	3	3	4	4	3,5
8	6	4	4	2	4	4	3	3	3,75
9	3	3	4	2	3	4	3	3	3,125
10	4	4	3	2	3	3	3	4	3,25
11	5	4	4	5	4	4	4	4	4,25
12	3	5	5	5	5	4	5	5	4,625
13	6	6	5	5	5	6	5	6	5,5
14	5	3	4	2	4	4	4	3	3,625
15	2	5	4	2	5	3	5	5	3,875
16	6	4	4	3	6	5	4	3	4,375
17	3	4	3	2	4	3	4	3	3,25
18	2	4	3	4	3	4	3	3	3,25
19	3	5	5	2	5	4	5	4	4,125
20	5	3	3	3	4	4	3	3	3,5
21	4	6	5	6	6	5	4	3	4,875
22	4	3	6	2	5	4	3	5	4
23	3	6	5	3	6	6	6	5	5
24	3	6	6	5	3	5	3	3	4,25
25	3	3	3	3	5	6	5	6	4,25
26	3	5	5	6	5	6	6	5	5,125
27	2	5	5	5	6	6	6	6	5,125

28	6	5	4	6	5	4	5	5	5
29	2	5	4	3	4	4	4	5	3,875
30	5	6	6	6	6	6	6	5	5,75
31	5	5	5	4	5	5	5	5	4,875
32	5	4	4	5	4	5	4	5	4,5
33	2	5	5	6	6	5	6	5	5
34	3	5	4	6	4	4	4	4	4,25
35	6	5	5	3	4	5	4	5	4,625
36	6	5	4	3	5	5	5	4	4,625
37	6	6	5	5	4	6	5	6	5,375
38	4	5	4	3	5	5	5	4	4,375
39	2	5	5	2	4	5	4	5	4
40	6	4	5	6	4	5	4	4	4,75
41	6	5	5	5	4	3	4	4	4,5
42	6	4	4	5	4	4	5	4	4,5
43	4	5	5	4	5	4	4	4	4,375
44	2	5	5	6	5	3	3	5	4,25
45	5	3	4	5	3	6	3	4	4,125
46	6	4	4	6	4	4	5	4	4,625
47	5	4	5	2	5	4	5	5	4,375
48	3	5	5	5	5	5	4	4	4,5
49	4	3	3	3	3	4	4	4	3,5
50	4	4	5	2	5	4	4	4	4
51	5	4	4	3	4	5	5	4	4,25
52	5	5	6	6	6	5	5	6	5,5
53	4	6	5	4	6	6	6	5	5,25
54	6	5	4	4	4	4	4	4	4,375
55	4	5	4	5	5	4	4	4	4,375
56	4	4	4	2	4	5	4	4	3,875
57	4	4	4	2	5	5	4	4	4
58	3	4	5	6	4	5	5	5	4,625
59	2	6	5	3	5	6	6	5	4,75
60	5	4	4	2	4	5	5	4	4,125
61	6	4	5	6	4	4	5	5	4,875
62	3	5	4	4	4	4	5	4	4,125
63	5	4	4	5	5	5	5	5	4,75
64	6	4	5	4	4	5	4	5	4,625

65	5	5	6	4	6	6	6	6	5,5
66	4	5	5	2	5	5	5	5	4,5
67	4	4	5	4	5	5	4	5	4,5
68	5	4	4	4	5	5	4	5	4,5
69	5	4	4	4	4	5	4	4	4,25
70	4	3	3	3	3	3	3	3	3,125
71	3	4	5	2	5	5	4	4	4
72	4	5	4	4	5	4	5	4	4,375
73	6	4	3	5	6	5	4	5	4,75
74	4	5	5	2	5	5	5	5	4,5
75	3	3	6	2	5	3	5	5	4
76	2	5	5	2	5	5	4	5	4,125
77	6	5	4	4	4	5	4	4	4,5
78	4	4	5	4	5	5	4	4	4,375
79	4	5	5	6	5	6	6	5	5,25
80	4	5	6	6	5	5	5	6	5,25
81	4	6	5	3	6	5	6	5	5
82	6	5	5	4	5	6	5	6	5,25
83	2	5	6	6	5	5	5	6	5
84	4	6	5	5	5	6	5	5	5,125
85	6	5	4	5	4	5	5	5	4,875
86	6	6	5	2	6	6	5	6	5,25
87	6	6	5	2	6	5	5	5	5
88	5	5	5	4	5	5	6	6	5,125
89	4	6	5	4	3	5	6	4	4,625
90	2	5	5	5	6	6	6	5	5
91	5	5	5	4	6	6	6	6	5,375
92	3	5	5	2	5	6	5	5	4,5
93	3	3	3	6	6	3	4	4	4
94	4	6	6	5	6	6	5	6	5,5
95	2	5	6	2	6	5	6	6	4,75
96	4	5	5	3	5	5	6	5	4,75
97	5	5	5	5	6	6	5	6	5,375
98	5	6	5	3	5	5	6	5	5
99	5	4	5	3	5	4	4	4	4,25
100	2	5	5	3	5	5	5	6	4,5
101	2	4	3	6	3	4	3	4	3,625

102	4	5	5	6	5	6	6	5	5,25
103	5	4	5	6	5	4	4	5	4,75
104	4	4	5	3	5	3	5	5	4,25
105	2	5	6	5	6	5	5	6	5
106	5	4	4	6	3	4	3	4	4,125
107	5	5	5	3	5	5	5	6	4,875
108	5	6	6	5	5	6	5	6	5,5
109	3	6	5	6	6	5	5	5	5,125
110	5	5	6	4	6	5	5	6	5,25
111	3	5	6	3	6	5	6	5	4,875
112	4	4	5	5	5	5	5	4	4,625
113	3	3	6	4	4	3	6	6	4,375
114	2	5	5	5	5	5	5	6	4,75
115	4	6	5	5	6	5	5	6	5,25
116	2	5	6	5	5	5	5	5	4,75
117	4	6	5	4	6	6	5	6	5,25
118	6	5	6	4	6	6	5	5	5,375
119	2	6	6	5	6	5	6	5	5,125
120	5	5	5	2	5	6	5	6	4,875
121	6	5	5	2	6	6	5	6	5,125
122	6	5	5	5	5	5	5	5	5,125
123	6	5	5	2	6	5	6	5	5
124	4	3	4	3	4	4	3	3	3,5
125	5	5	5	4	5	5	4	5	4,75
126	4	3	3	2	5	6	4	3	3,75
127	2	5	4	3	3	5	3	4	3,625
128	5	5	6	6	5	5	5	6	5,375
129	3	5	6	6	6	6	6	6	5,5
130	4	6	5	6	5	5	6	5	5,25
131	4	5	5	3	4	5	5	5	4,5
132	3	5	4	2	4	5	5	5	4,125
133	6	6	5	5	4	3	6	4	4,875
134	6	5	5	4	5	6	6	5	5,25
135	6	4	4	2	4	5	4	5	4,25
136	6	5	5	2	5	6	6	6	5,125
137	6	3	4	4	4	4	4	4	4,125
138	2	5	6	2	5	5	5	6	4,5

139	4	6	6	5	5	5	5	6	5,25
140	3	4	3	6	4	4	3	4	3,875
141	4	6	5	6	6	5	6	5	5,375
142	5	6	5	5	4	4	4	4	4,625
143	3	6	5	3	5	5	5	5	4,625
144	4	4	4	5	5	5	5	4	4,5
145	3	4	4	3	4	5	5	5	4,125
146	2	6	3	3	5	6	3	3	3,875
147	6	3	4	5	5	3	3	4	4,125
148	4	4	6	5	5	5	4	4	4,625
149	3	6	6	3	5	6	6	6	5,125
150	5	5	6	6	6	6	5	5	5,5
151	4	5	5	3	6	6	5	6	5
152	5	6	5	5	6	5	5	6	5,375
153	2	5	5	6	6	6	6	5	5,125
154	4	5	5	2	6	5	6	5	4,75
155	6	3	3	2	5	6	3	4	4
156	5	5	4	5	4	4	5	4	4,5
157	4	3	4	6	5	3	4	4	4,125
158	5	5	5	6	6	5	6	5	5,375
159	3	4	4	5	5	4	4	4	4,125
160	6	6	6	5	6	6	6	6	5,875
161	2	5	6	4	5	6	6	6	5
162	2	5	6	4	5	5	6	5	4,75
163	3	5	5	2	6	5	5	5	4,5
164	3	6	5	6	5	6	6	5	5,25
165	2	4	5	6	4	5	4	5	4,375
166	4	5	5	5	5	5	6	5	5
167	3	6	6	3	6	6	5	6	5,125
168	3	6	6	2	6	6	5	6	5
169	5	5	6	3	6	5	5	5	5
170	6	5	5	6	6	5	5	5	5,375
171	3	5	5	3	4	6	6	6	4,75
172	3	5	6	2	5	6	5	6	4,75
173	6	3	3	6	6	3	6	4	4,625
174	4	6	6	2	5	6	6	6	5,125
175	4	6	6	6	6	5	6	6	5,625

176	5	6	5	5	4	4	3	6	4,75
177	3	6	6	5	6	5	5	5	5,125
178	2	6	5	3	6	6	6	5	4,875
179	6	3	4	6	3	4	4	3	4,125
180	6	6	6	4	5	5	5	5	5,25
181	4	6	5	6	6	5	6	6	5,5
182	6	5	5	3	5	5	5	5	4,875
183	2	3	4	4	3	4	3	3	3,25
184	4	4	3	2	4	3	3	4	3,375
185	5	6	6	4	5	5	5	5	5,125
186	2	5	5	4	5	4	4	5	4,25
187	6	4	4	3	3	6	4	3	4,125
188	4	4	5	2	6	3	6	5	4,375
189	6	5	6	4	6	6	5	5	5,375
190	6	6	5	2	3	3	5	4	4,25
191	3	5	3	5	5	6	5	3	4,375
192	2	5	6	2	3	4	3	6	3,875
193	4	5	6	4	5	5	6	5	5
194	6	5	6	5	6	6	6	5	5,625
195	5	3	5	4	4	5	6	3	4,375
196	3	4	3	2	3	3	6	3	3,375
197	2	4	5	3	5	4	5	5	4,125
198	6	3	4	5	3	5	6	6	4,75
199	5	5	6	3	5	5	5	6	5
200	3	5	6	3	6	5	6	5	4,875
201	2	6	6	3	6	6	6	5	5
202	2	5	6	5	6	6	3	3	4,5
203	5	6	6	2	3	4	6	4	4,5
204	5	3	4	6	4	3	4	4	4,125
205	4	6	6	2	4	6	6	6	5
206	3	5	5	3	5	5	4	5	4,375
207	4	5	6	6	6	5	5	6	5,375
208	4	4	5	4	5	4	5	4	4,375
209	3	3	5	3	5	6	4	5	4,25
210	6	6	3	6	4	3	3	4	4,375
211	2	6	6	3	6	6	6	6	5,125
212	6	3	3	2	5	4	3	6	4

213	2	5	5	3	5	5	4	4	4,125
214	3	5	5	3	5	6	5	6	4,75
215	3	6	5	5	5	5	5	6	5
216	2	5	6	4	4	4	5	3	4,125
217	5	6	6	2	6	6	5	6	5,25
218	4	4	6	4	6	5	5	5	4,875
219	6	3	4	6	4	4	4	4	4,375
220	4	3	4	3	3	5	3	5	3,75
221	4	5	4	6	4	5	4	4	4,5
222	2	6	6	3	6	5	6	6	5
223	4	5	5	5	3	5	6	3	4,5
224	2	3	4	4	3	3	4	4	3,375
225	6	3	6	2	4	5	4	5	4,375
226	4	4	4	4	4	4	5	5	4,25
227	3	6	5	4	6	5	6	5	5
228	2	5	3	4	3	5	3	6	3,875
229	3	5	6	6	5	6	6	6	5,375
230	3	3	6	6	3	5	4	5	4,375
231	4	6	5	5	5	5	5	6	5,125
232	3	4	4	3	4	5	4	5	4
233	6	4	5	2	4	4	5	4	4,25
234	5	6	4	2	4	5	6	6	4,75
235	3	5	5	5	6	5	5	5	4,875
236	5	4	4	3	4	4	4	5	4,125
237	2	6	6	5	6	5	6	5	5,125
238	6	5	4	2	5	4	5	5	4,5
239	6	5	5	2	5	5	5	4	4,625
240	3	5	5	2	4	4	4	4	3,875
241	6	5	5	5	5	5	5	6	5,25
242	4	6	6	5	6	5	5	6	5,375
243	5	4	4	6	4	5	5	5	4,75
244	4	4	5	6	4	5	5	5	4,75
245	5	5	5	3	6	5	5	6	5
246	2	4	5	6	5	4	4	4	4,25
247	3	5	5	5	5	6	5	5	4,875
248	2	4	5	3	4	3	4	5	3,75
249	3	4	4	6	4	5	5	5	4,5

250	4	4	5	6	4	3	4	4	4,25
251	6	4	4	6	4	3	4	4	4,375
252	4	4	4	4	5	4	4	4	4,125
253	2	5	5	3	5	5	5	6	4,5
254	3	5	5	3	5	4	5	4	4,25
255	3	4	5	4	5	4	4	5	4,25
256	3	4	5	6	4	4	5	5	4,5
257	4	3	3	3	4	4	4	4	3,625
258	2	5	5	2	6	6	5	6	4,625
259	2	6	5	3	5	6	5	6	4,75
260	6	5	4	5	4	4	4	5	4,625

LAMPIRAN 4 : Data

Tabel Kualitas Sistem (KS) dan Masculinity/Femininity (MF)

NO	DTV 1	DTV 2	DTV 3	SN1	SN2	SN3	KS	MF1	MF2	MF3	MF4	MF5	MF
1	3	3	3	3	3	4	3,1667	3	2	3	3	2	2,6
2	3	1	3	4	2	2	2,5	3	5	4	4	5	4,2
3	2	3	3	3	2	3	2,6667	4	3	3	4	2	3,2
4	2	1	3	4	3	4	2,8333	3	2	4	4	6	3,8
5	4	3	2	2	2	4	2,8333	4	6	4	4	3	4,2
6	1	3	6	3	3	1	2,8333	4	4	4	4	6	4,4
7	2	5	3	4	2	4	3,3333	3	6	3	4	4	4
8	3	3	4	3	4	4	3,5	4	3	3	3	2	3
9	3	3	3	4	3	4	3,3333	3	3	3	4	6	3,8
10	4	4	5	5	6	5	4,8333	3	4	4	3	3	3,4
11	3	4	4	4	4	4	3,8333	3	6	3	4	5	4,2
12	4	4	4	5	5	5	4,5	4	3	3	3	3	3,2
13	5	2	3	3	4	2	3,1667	4	6	4	3	5	4,4
14	5	1	3	4	3	3	3,1667	3	3	4	4	5	3,8
15	5	4	3	4	3	1	3,3333	4	5	3	4	3	3,8
16	3	5	4	3	3	3	3,5	4	5	3	4	4	4
17	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3
18	3	3	5	3	4	2	3,3333	3	2	4	3	6	3,6
19	3	5	2	4	2	5	3,5	4	3	3	3	6	3,8
20	4	3	3	5	5	5	4,1667	3	3	3	4	4	3,4
21	4	3	3	2	2	3	2,8333	5	6	4	6	5	5,2

22	4	5	4	5	4	4	4,3333	3	4	3	3	3	3,2
23	3	2	3	3	2	3	2,6667	3	6	4	4	4	4,2
24	6	2	2	2	3	4	3,1667	4	4	3	4	5	4
25	4	4	4	5	1	4	3,6667	4	5	5	3	5	4,4
26	2	3	3	4	3	1	2,6667	5	4	6	6	5	5,2
27	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4,8
28	3	5	3	4	3	5	3,8333	5	4	5	5	6	5
29	3	4	3	4	2	2	3	5	3	4	5	4	4,2
30	6	6	4	4	3	4	4,5	4	2	4	5	2	3,4
31	6	2	3	3	3	5	3,6667	4	2	4	5	6	4,2
32	6	2	2	2	1	1	2,3333	4	6	4	4	4	4,4
33	1	4	1	3	2	2	2,1667	5	2	4	4	2	3,4
34	4	4	4	2	5	2	3,5	5	4	5	5	5	4,8
35	3	4	4	4	3	5	3,8333	4	3	4	4	5	4
36	5	5	4	5	5	5	4,8333	5	4	4	5	2	4
37	2	3	5	3	3	2	3	5	5	6	6	6	5,6
38	4	5	4	4	5	3	4,1667	5	3	5	5	4	4,4
39	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4,2
40	3	4	3	4	3	4	3,5	4	6	5	4	3	4,4
41	5	5	5	6	6	3	5	4	2	3	5	5	3,8
42	1	2	3	3	2	1	2	5	5	4	5	2	4,2
43	2	1	1	2	1	1	1,3333	5	6	4	4	6	5
44	5	4	5	5	5	5	4,8333	5	5	5	5	3	4,6
45	2	4	2	4	2	2	2,6667	4	2	4	4	5	3,8
46	4	4	4	5	6	4	4,5	5	2	4	5	5	4,2
47	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4
48	4	4	4	3	3	3	3,5	3	6	4	3	6	4,4
49	3	3	3	3	3	3	3	4	6	5	3	6	4,8
50	5	4	5	4	4	4	4,3333	4	4	4	5	6	4,6
51	5	5	5	5	4	4	4,6667	4	6	4	5	3	4,4
52	3	3	3	4	4	4	3,5	4	4	5	4	4	4,2
53	2	2	1	4	3	4	2,6667	4	3	5	5	3	4
54	5	6	5	6	6	3	5,1667	5	5	4	5	2	4,2
55	5	3	3	4	4	4	3,8333	4	2	5	5	5	4,2
56	6	6	6	6	6	6	6	4	6	5	4	3	4,4
57	4	4	4	5	4	5	4,3333	4	6	4	4	6	4,8
58	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	6	4,6
59	3	3	3	2	3	2	2,6667	6	5	6	5	5	5,4

60	4	5	5	5	4	4	4,5	4	3	4	5	2	3,6
61	3	4	5	4	3	3	3,6667	4	6	5	4	3	4,4
62	4	3	2	4	5	4	3,6667	5	3	4	4	5	4,2
63	3	3	3	4	4	4	3,5	5	3	5	5	2	4
64	3	5	3	3	3	5	3,6667	4	2	4	4	3	3,4
65	5	6	4	2	1	1	3,1667	4	3	5	5	4	4,2
66	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4,6
67	4	4	4	4	3	3	3,6667	4	2	5	4	6	4,2
68	5	5	3	4	5	4	4,3333	4	4	4	4	3	3,8
69	2	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	6	4,6
70	5	5	6	6	6	6	5,6667	3	6	6	3	3	4,2
71	6	6	6	6	6	6	6	5	2	5	4	4	4
72	2	1	1	6	6	6	3,6667	5	6	4	4	4	4,6
73	5	5	4	4	3	5	4,3333	4	2	5	3	4	3,6
74	4	4	4	5	5	4	4,3333	4	5	5	5	2	4,2
75	4	5	4	4	4	5	4,3333	5	3	5	4	4	4,2
76	4	3	4	1	3	5	3,3333	4	3	5	4	3	3,8
77	5	4	6	5	4	5	4,8333	4	6	5	4	2	4,2
78	5	4	4	4	3	6	4,3333	5	5	4	4	6	4,8
79	3	4	2	2	3	4	3	5	6	6	6	5	5,6
80	4	4	4	4	4	4	4	5	6	6	5	5	5,4
81	2	1	2	1	1	1	1,3333	5	3	5	5	5	4,6
82	4	4	4	4	4	4	4	6	6	5	6	2	5
83	5	5	5	5	5	5	5	6	2	5	6	6	5
84	4	4	4	4	4	4	4	6	3	5	6	6	5,2
85	4	4	4	3	3	3	3,5	6	5	5	5	3	4,8
86	6	4	4	6	6	6	5,3333	6	3	5	5	3	4,4
87	3	3	4	2	4	3	3,1667	5	2	5	5	4	4,2
88	4	4	4	4	4	5	4,1667	5	4	5	6	6	5,2
89	2	1	2	4	2	3	2,3333	5	2	6	5	2	4
90	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	6	2	4,4
91	4	4	4	4	4	4	4	5	6	6	6	5	5,6
92	4	4	4	4	4	4	4	5	4	6	5	5	5
93	2	4	3	2	3	4	3	6	6	4	4	4	4,8
94	6	5	4	5	1	1	3,6667	5	3	6	5	6	5
95	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
96	2	2	2	5	5	5	3,5	5	6	5	6	5	5,4
97	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	5	4	4,2

98	4	4	4	5	3	5	4,1667	6	6	5	5	5	5,4
99	3	3	2	4	4	4	3,3333	6	4	5	6	2	4,6
100	1	2	3	4	4	4	3	6	5	5	6	4	5,2
101	4	4	4	3	2	2	3,1667	4	6	5	4	4	4,6
102	3	3	3	4	4	4	3,5	6	4	5	6	3	4,8
103	4	4	4	3	3	3	3,5	5	5	6	6	5	5,4
104	2	3	1	4	2	3	2,5	5	2	6	6	3	4,4
105	4	4	4	3	3	3	3,5	5	3	5	6	2	4,2
106	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4,4
107	2	2	2	2	2	4	2,3333	6	2	6	6	5	5
108	4	5	4	5	5	4	4,5	5	5	6	5	5	5,2
109	2	3	3	4	3	3	3	6	2	6	6	3	4,6
110	5	5	6	6	6	6	5,6667	5	3	5	6	2	4,2
111	1	2	1	2	2	3	1,8333	5	4	5	6	3	4,6
112	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5	5	6	5
113	4	5	4	5	6	6	5	6	6	5	5	2	4,8
114	5	5	5	4	4	5	4,6667	5	2	5	6	6	4,8
115	6	6	6	6	6	6	6	6	3	5	5	4	4,6
116	2	4	5	5	4	5	4,1667	6	4	5	5	4	4,8
117	4	1	4	4	4	1	3	6	6	5	6	3	5,2
118	5	6	5	5	5	5	5,1667	6	3	5	5	3	4,4
119	3	4	4	4	6	3	4	6	2	6	6	6	5,2
120	5	4	4	4	4	5	4,3333	5	6	5	5	5	5,2
121	5	5	5	6	6	6	5,5	6	5	5	6	4	5,2
122	4	4	5	4	5	5	4,5	5	5	6	6	4	5,2
123	4	4	5	5	5	5	4,6667	6	4	6	6	5	5,4
124	1	4	4	3	3	4	3,1667	4	2	4	5	5	4
125	3	4	4	4	3	4	3,6667	5	5	6	6	6	5,6
126	3	3	3	2	3	3	2,8333	5	4	5	4	5	4,6
127	2	2	4	5	2	4	3,1667	4	3	5	4	3	3,8
128	4	5	4	5	5	4	4,5	6	6	5	5	2	4,8
129	3	3	3	5	4	4	3,6667	6	4	6	5	2	4,6
130	4	5	4	5	5	4	4,5	6	2	6	5	3	4,4
131	4	4	4	4	4	4	4	5	2	6	5	3	4,2
132	4	3	3	3	3	1	2,8333	4	5	4	5	6	4,8
133	5	4	4	3	4	5	4,1667	5	2	3	5	2	3,4
134	2	1	1	3	2	2	1,8333	6	4	5	5	4	4,8
135	4	5	6	2	4	2	3,8333	5	2	6	5	3	4,2

136	6	6	6	6	5	6	5,8333	6	5	5	5	5	5,2
137	4	4	4	4	4	4	4	4	6	3	4	3	4
138	5	5	5	4	5	5	4,8333	6	6	5	5	3	5
139	2	2	4	1	3	1	2,1667	6	4	5	6	5	5,2
140	1	2	2	3	3	2	2,1667	4	5	5	4	4	4,4
141	3	4	3	3	3	3	3,1667	5	4	6	6	6	5,4
142	4	5	5	6	6	5	5,1667	6	4	5	6	4	5
143	4	4	3	3	5	4	3,8333	6	3	5	5	6	5
144	3	3	3	3	4	3	3,1667	5	3	5	5	3	4,2
145	4	4	2	1	4	2	2,8333	5	3	5	5	6	4,8
146	3	4	1	3	3	2	2,6667	4	5	6	3	6	4,8
147	4	5	4	5	4	4	4,3333	3	3	6	4	6	4,4
148	3	3	3	3	3	3	3	5	2	6	5	3	4,2
149	5	1	1	4	5	2	3	5	3	6	6	2	4,4
150	6	6	5	5	5	5	5,3333	6	6	5	6	2	5
151	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	2	5
152	2	3	3	5	4	4	3,5	5	2	6	5	2	4
153	5	6	5	6	6	6	5,6667	6	5	5	6	4	5,2
154	2	6	1	5	4	5	3,8333	6	2	6	5	6	5
155	1	4	2	4	3	5	3,1667	5	2	6	6	6	5
156	5	5	5	5	4	5	4,8333	5	6	5	5	4	5
157	3	2	3	3	5	4	3,3333	6	6	5	5	5	5,4
158	3	3	3	4	3	3	3,1667	5	6	6	5	3	5
159	3	4	3	4	4	3	3,5	5	5	5	4	5	4,8
160	4	5	5	3	4	4	4,1667	6	2	6	6	2	4,4
161	4	4	4	5	3	4	4	6	2	6	5	2	4,2
162	4	4	3	4	3	4	3,6667	5	2	5	6	5	4,6
163	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4,4
164	5	3	5	4	3	4	4	5	4	6	5	3	4,6
165	5	2	2	3	2	5	3,1667	5	6	5	5	3	4,8
166	3	2	4	4	3	4	3,3333	4	3	4	5	4	4
167	4	5	5	5	4	5	4,6667	5	4	5	5	3	4,4
168	4	5	4	3	3	3	3,6667	6	5	5	6	6	5,6
169	4	4	4	6	6	5	4,8333	5	4	5	5	4	4,6
170	4	3	2	4	4	4	3,5	5	6	5	6	6	5,6
171	4	4	4	4	3	4	3,8333	5	4	6	5	4	4,8
172	5	6	6	6	6	6	5,8333	6	3	6	5	3	4,6
173	4	4	3	5	5	3	4	6	6	3	4	5	4,8

174	5	6	6	6	6	6	5,8333	6	3	6	6	6	5,4
175	3	5	5	5	5	5	4,6667	6	4	6	5	3	4,8
176	4	4	2	3	4	4	3,5	6	3	5	6	6	5,2
177	6	6	4	6	6	6	5,6667	6	3	5	5	3	4,4
178	3	2	3	3	2	3	2,6667	5	3	5	5	6	4,8
179	4	3	3	5	5	4	4	4	3	5	4	2	3,6
180	4	4	5	3	3	4	3,8333	5	6	6	5	4	5,2
181	5	5	5	5	5	5	5	6	2	5	6	5	4,8
182	4	4	4	3	3	3	3,5	5	2	6	6	3	4,4
183	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	6	4,2
184	2	3	3	3	2	2	2,5	4	5	5	4	5	4,6
185	3	2	4	3	3	3	3	4	6	5	4	3	4,4
186	5	5	5	5	6	6	5,3333	6	3	6	6	2	4,6
187	3	3	4	4	3	5	3,6667	4	2	3	6	6	4,2
188	1	5	3	5	3	4	3,5	6	3	6	4	6	5
189	5	5	5	5	5	5	5	6	2	5	5	3	4,2
190	2	2	1	3	3	3	2,3333	3	4	3	3	5	3,6
191	3	4	5	4	2	3	3,5	4	3	4	4	5	4
192	4	4	3	4	4	5	4	5	5	6	6	5	5,4
193	1	1	1	1	2	2	1,3333	3	4	3	3	5	3,6
194	4	3	2	2	2	3	2,6667	5	6	6	6	4	5,4
195	6	2	4	1	4	3	3,3333	6	3	5	4	4	4,4
196	5	1	2	4	2	5	3,1667	3	6	3	4	3	3,8
197	2	5	5	3	2	4	3,5	6	6	6	6	4	5,6
198	2	4	1	4	3	2	2,6667	4	4	4	4	6	4,4
199	5	2	2	4	2	2	2,8333	5	4	4	4	5	4,4
200	2	2	3	4	1	3	2,5	5	5	6	3	2	4,2
201	5	5	4	4	5	5	4,6667	6	6	5	6	5	5,6
202	2	3	3	4	3	1	2,6667	6	5	5	5	5	5,2
203	3	5	2	4	3	3	3,3333	5	3	6	5	5	4,8
204	6	6	5	6	4	5	5,3333	3	2	6	4	6	4,2
205	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3,2
206	1	4	3	3	4	1	2,6667	5	2	6	6	3	4,4
207	1	2	3	4	3	4	2,8333	5	3	6	5	6	5
208	1	1	6	3	3	2	2,6667	6	5	3	6	5	5
209	1	5	2	2	2	4	2,6667	4	3	4	3	6	4
210	3	1	4	3	4	4	3,1667	5	6	4	4	5	4,8
211	1	2	5	3	4	4	3,1667	3	2	3	3	5	3,2

212	4	5	4	3	3	4	3,8333	5	4	5	6	5	5
213	2	2	2	5	5	3	3,1667	5	2	5	5	4	4,2
214	5	4	5	6	6	5	5,1667	6	4	6	5	6	5,4
215	3	5	6	3	3	3	3,8333	4	4	3	3	2	3,2
216	3	5	4	3	2	1	3	5	2	3	4	2	3,2
217	4	4	5	5	5	5	4,6667	4	4	4	5	5	4,4
218	4	4	4	4	4	4	4	6	3	3	5	6	4,6
219	3	4	5	2	3	4	3,5	4	4	4	3	5	4
220	5	5	5	5	5	5	5	4	3	6	3	4	4
221	5	4	4	5	6	6	5	5	3	5	6	5	4,8
222	3	3	1	4	3	4	3	6	2	5	3	5	4,2
223	5	4	4	4	4	5	4,3333	5	4	3	6	6	4,8
224	4	4	2	4	5	4	3,8333	3	5	4	6	5	4,6
225	4	4	1	3	3	4	3,1667	5	3	6	3	5	4,4
226	3	4	5	4	4	4	4	5	2	6	5	2	4
227	3	3	4	2	2	2	2,6667	6	2	3	5	5	4,2
228	2	3	3	1	4	2	2,5	4	2	5	5	3	3,8
229	3	2	2	3	4	4	3	6	5	4	5	4	4,8
230	2	2	4	3	5	4	3,3333	3	5	3	4	6	4,2
231	4	4	4	6	6	6	5	5	5	5	6	4	5
232	3	2	3	4	3	3	3	5	5	5	5	2	4,4
233	5	4	3	3	4	4	3,8333	5	2	5	4	4	4
234	4	4	4	4	4	4	4	6	5	5	6	6	5,6
235	3	3	4	3	2	5	3,3333	4	2	4	5	3	3,6
236	6	6	5	5	5	5	5,3333	5	4	5	4	2	4
237	3	3	3	4	3	3	3,1667	4	4	5	4	5	4,4
238	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	5	4,2
239	4	4	5	5	5	5	4,6667	4	3	5	5	4	4,2
240	3	4	5	4	3	4	3,8333	4	3	4	5	3	3,8
241	1	2	6	2	3	3	2,8333	5	6	6	5	4	5,2
242	4	3	4	1	2	3	2,8333	5	5	5	5	5	5
243	2	4	5	3	4	4	3,6667	3	4	3	5	2	3,4
244	4	6	1	3	4	3	3,5	5	5	6	4	6	5,2
245	4	5	4	2	5	3	3,8333	5	6	5	5	4	5
246	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	6	4,4
247	4	6	3	3	3	1	3,3333	5	6	4	4	3	4,4
248	6	6	6	5	4	4	5,1667	5	6	5	5	2	4,6
249	4	4	3	3	4	4	3,6667	4	2	4	4	3	3,4

250	3	3	2	4	4	5	3,5	5	3	5	5	5	4,6
251	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4,2
252	3	1	2	3	5	4	3	4	5	5	4	5	4,6
253	4	2	2	4	5	4	3,5	5	6	5	5	6	5,4
254	5	3	3	2	3	3	3,1667	4	2	5	5	6	4,4
255	5	4	4	4	4	5	4,3333	5	6	5	4	5	5
256	3	1	2	1	2	5	2,3333	4	2	4	4	6	4
257	2	2	4	5	3	2	3	5	4	4	5	3	4,2
258	2	3	4	5	5	6	4,1667	4	2	4	4	2	3,2
259	4	4	5	4	4	4	4,1667	5	6	4	5	3	4,6
260	2	5	1	3	3	3	2,8333	4	2	5	5	3	3,8

LAMPIRAN 5 : Data

Tabel Individual/Colectivism dan Power Distance

NO	IC1	IC2	IC3	IC4	IC5	IC6	IC	PD 1	PD 2	PD 3	PD 4	PD 5	PD 6	PD 7	PD
1	6	3	2	4	4	4	3,8333	2	3	3	3	3	4	3	3
2	5	3	4	3	3	4	3,6667	5	4	4	4	4	4	4	4,1429
3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	6	3	4	3	4	4
4	5	4	5	4	4	3	4,1667	5	3	4	4	3	4	4	3,8571
5	3	4	6	4	3	3	3,8333	6	4	4	4	4	4	3	4,1429
6	5	4	3	4	3	3	3,6667	6	4	3	4	3	3	3	3,7143
7	6	4	2	4	4	3	3,8333	3	3	3	4	3	3	3	3,1429
8	6	4	2	3	3	4	3,6667	2	3	4	3	3	4	3	3,1429
9	6	4	4	3	4	4	4,1667	2	4	4	3	4	3	3	3,2857
10	5	3	6	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3,4286
11	6	3	5	4	4	3	4,1667	2	3	4	3	3	3	5	3,2857
12	6	3	6	4	4	4	4,5	4	3	3	4	4	4	3	3,5714
13	4	4	4	3	3	3	3,5	4	4	3	3	4	4	4	3,7143
14	2	3	6	4	3	3	3,5	3	4	3	3	3	4	4	3,4286
15	6	4	5	4	3	3	4,1667	6	3	4	3	3	3	3	3,5714
16	5	3	2	4	3	4	3,5	3	3	3	4	3	4	4	3,4286
17	2	4	2	4	4	3	3,1667	3	3	3	4	3	3	4	3,2857
18	6	3	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3,8571
19	4	4	3	4	4	4	3,8333	2	4	4	3	3	4	4	3,4286
20	4	3	2	4	3	3	3,1667	4	4	3	3	4	3	4	3,5714
21	5	3	6	3	3	3	3,8333	4	6	5	4	6	4	4	4,7143

22	6	3	3	4	3	3	3,6667	5	3	4	3	3	4	3	3,5714
23	3	4	3	4	4	4	3,6667	2	4	3	4	4	3	3	3,2857
24	6	4	4	3	4	4	4,1667	4	3	4	4	4	4	4	3,8571
25	5	4	5	4	4	4	4,3333	4	4	4	4	4	4	5	4,1429
26	5	4	4	4	3	4	4	4	6	5	6	6	6	5	5,4286
27	4	5	6	5	4	4	4,6667	4	4	4	4	5	5	5	4,4286
28	2	4	3	5	4	4	3,6667	4	5	5	5	4	5	5	4,7143
29	4	5	3	5	4	4	4,1667	6	5	4	5	4	5	4	4,7143
30	2	4	4	5	4	5	4	2	5	4	4	4	4	4	3,8571
31	6	5	2	5	5	5	4,6667	5	5	5	4	4	4	5	4,5714
32	2	4	3	5	5	4	3,8333	6	4	5	5	5	5	5	5
33	6	4	5	4	4	4	4,5	2	5	5	4	5	4	5	4,2857
34	5	5	2	4	4	5	4,1667	4	4	4	4	5	4	4	4,1429
35	2	5	4	5	5	4	4,1667	2	4	4	4	5	4	5	4
36	6	4	3	5	4	5	4,5	6	5	5	5	6	6	6	5,5714
37	5	4	5	5	5	4	4,6667	5	6	5	6	6	5	6	5,5714
38	2	5	6	5	4	4	4,3333	4	3	5	5	4	4	6	4,4286
39	2	4	2	5	5	5	3,8333	3	4	5	4	5	5	5	4,4286
40	3	4	6	4	5	5	4,5	5	5	4	5	5	5	4	4,7143
41	3	4	5	5	4	5	4,3333	4	4	4	5	4	5	4	4,2857
42	6	5	2	5	4	4	4,3333	5	6	5	5	5	5	5	5,1429
43	2	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4,4286
44	3	4	5	4	4	5	4,1667	6	4	4	5	6	6	5	5,1429
45	2	5	3	5	5	5	4,1667	4	5	4	5	4	4	4	4,2857
46	2	4	2	5	4	4	3,5	4	5	5	4	5	5	4	4,5714
47	3	4	3	4	4	5	3,8333	6	4	3	3	6	3	5	4,2857
48	5	4	6	5	4	4	4,6667	2	5	4	4	5	5	5	4,2857
49	3	5	6	4	5	4	4,5	3	4	5	4	4	6	3	4,1429
50	6	4	4	5	4	5	4,6667	5	5	5	4	5	5	4	4,7143
51	6	5	5	4	4	4	4,6667	4	5	5	4	5	5	5	4,7143
52	4	4	2	5	4	4	3,8333	4	5	5	4	5	4	4	4,4286
53	6	4	5	5	5	4	4,8333	4	4	4	3	3	4	4	3,7143
54	3	5	2	4	5	4	3,8333	4	6	5	6	6	6	6	5,5714
55	6	5	6	4	5	5	5,1667	4	5	5	5	6	6	5	5,1429
56	2	5	2	4	5	5	3,8333	2	5	5	5	5	6	5	4,7143
57	6	5	5	4	4	4	4,6667	6	5	6	6	5	6	5	5,5714
58	6	5	4	5	5	5	5	4	6	5	6	6	6	6	5,5714
59	3	4	2	4	5	5	3,8333	6	6	5	6	6	5	6	5,7143

60	4	4	4	5	5	5	4,5	4	5	5	6	6	6	5	5,2857
61	5	4	2	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4,5714
62	5	4	5	5	4	5	4,6667	4	4	5	4	5	5	4	4,4286
63	6	4	6	4	4	5	4,8333	3	6	6	6	6	6	6	5,5714
64	2	5	3	5	4	4	3,8333	2	4	4	4	4	5	4	3,8571
65	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4,4286
66	3	5	6	5	5	5	4,8333	3	5	4	4	5	4	5	4,2857
67	4	5	2	4	4	5	4	3	6	3	3	3	5	4	3,8571
68	3	4	2	5	5	4	3,8333	4	4	5	5	4	4	5	4,4286
69	2	4	6	5	4	4	4,1667	4	4	4	5	5	4	3	4,1429
70	3	5	5	4	4	4	4,1667	5	4	5	4	4	4	4	4,2857
71	6	4	4	4	4	5	4,5	5	5	4	5	4	4	4	4,4286
72	3	5	4	5	4	5	4,3333	5	6	5	5	6	6	5	5,4286
73	2	5	4	4	5	4	4	5	6	6	3	3	4	3	4,2857
74	3	5	6	4	5	5	4,6667	5	6	5	6	6	6	5	5,5714
75	5	4	4	4	5	5	4,5	5	4	4	4	5	5	5	4,5714
76	4	5	3	5	5	4	4,3333	4	5	5	6	5	6	6	5,2857
77	3	5	2	4	4	4	3,6667	6	4	5	4	5	4	4	4,5714
78	2	5	6	4	5	4	4,3333	2	4	5	4	4	4	4	3,8571
79	3	5	6	5	6	6	5,1667	4	5	5	5	5	6	6	5,1429
80	2	6	2	5	5	6	4,3333	4	6	6	6	5	6	5	5,4286
81	5	5	3	6	5	6	5	6	5	5	5	6	6	6	5,5714
82	6	5	2	6	5	5	4,8333	6	4	5	5	4	4	5	4,7143
83	5	5	5	6	6	5	5,3333	4	5	4	5	4	4	5	4,4286
84	5	6	6	5	5	5	5,3333	5	6	6	5	6	5	6	5,5714
85	2	6	6	6	6	5	5,1667	5	6	5	5	5	5	5	5,1429
86	4	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5,1429
87	5	6	5	6	6	6	5,6667	4	5	5	4	4	5	5	4,5714
88	5	5	4	6	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4,5714
89	3	6	3	6	5	6	4,8333	5	5	6	5	6	5	6	5,4286
90	2	6	2	6	5	5	4,3333	4	5	6	5	5	6	5	5,1429
91	2	6	3	6	6	6	4,8333	6	4	4	4	3	6	3	4,2857
92	5	6	2	6	6	5	5	6	4	5	5	5	5	5	5
93	4	6	3	6	6	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4,5714
94	2	5	2	6	6	5	4,3333	2	5	5	5	6	6	5	4,8571
95	6	6	4	6	5	5	5,3333	2	5	4	4	4	4	5	4
96	6	5	3	6	6	5	5,1667	3	5	6	6	5	5	6	5,1429
97	6	6	4	6	5	6	5,5	2	5	6	6	6	5	5	5

98	4	6	2	5	6	6	4,8333	2	6	5	5	6	6	6	5,1429
99	3	6	2	6	6	5	4,6667	5	6	6	6	6	5	6	5,7143
100	3	6	4	6	6	5	5	5	5	6	5	5	6	5,2857	
101	3	6	2	6	5	5	4,5	2	4	4	4	5	5	4	4
102	6	6	6	6	6	6	6	2	6	6	5	6	5	5	5
103	4	6	3	5	6	6	5	2	6	5	6	6	6	6	5,2857
104	4	5	6	5	5	6	5,1667	4	5	5	6	6	5	6	5,2857
105	2	5	3	6	5	6	4,5	6	4	5	4	5	5	5	4,8571
106	5	5	4	5	5	6	5	3	5	5	6	5	5	5	4,8571
107	4	5	3	5	5	5	4,5	3	6	5	5	5	6	6	5,1429
108	3	6	3	5	6	6	4,8333	4	6	5	5	5	5	5	5
109	6	6	2	6	6	5	5,1667	3	6	5	5	6	6	6	5,2857
110	5	5	4	5	5	6	5	3	6	5	6	6	6	5	5,2857
111	2	6	5	5	5	6	4,8333	6	6	5	6	5	5	5	5,4286
112	2	6	6	5	5	6	5	3	4	5	4	6	5	6	4,7143
113	3	6	4	5	5	5	4,6667	6	6	6	5	6	6	6	5,8571
114	5	5	4	5	5	5	4,8333	5	5	5	5	6	5	6	5,2857
115	2	5	3	5	6	5	4,3333	2	5	6	5	6	5	6	5
116	2	5	6	5	5	5	4,6667	4	6	6	6	5	5	6	5,4286
117	2	6	4	6	6	5	4,8333	2	4	6	3	3	5	6	4,1429
118	4	6	4	5	5	5	4,8333	5	4	4	4	4	5	4	4,2857
119	4	5	6	5	6	5	5,1667	5	6	5	5	5	6	5	5,2857
120	6	5	4	5	5	6	5,1667	4	5	5	5	5	6	6	5,1429
121	3	6	3	5	5	5	4,5	2	5	5	6	5	5	6	4,8571
122	3	6	6	6	5	6	5,3333	4	6	5	5	6	5	6	5,2857
123	6	5	3	6	6	6	5,3333	4	6	6	6	6	6	5	5,5714
124	6	5	4	5	5	5	5	2	5	4	4	5	5	4	4,1429
125	4	6	4	5	5	6	5	2	4	5	4	4	5	4	4
126	3	5	5	6	6	5	5	2	4	5	5	5	4	5	4,2857
127	4	5	6	5	6	6	5,3333	2	4	5	5	4	5	4	4,1429
128	4	6	5	5	6	5	5,1667	5	5	6	6	6	6	5	5,5714
129	3	5	6	6	5	5	5	6	6	5	5	6	6	6	5,7143
130	2	6	3	6	5	6	4,6667	5	6	5	6	5	5	6	5,4286
131	5	6	6	5	5	5	5,3333	2	5	5	6	6	5	5	4,8571
132	5	5	4	6	5	6	5,1667	6	4	3	5	6	4	6	4,8571
133	6	6	4	5	6	5	5,3333	2	5	5	5	5	4	4	4,2857
134	4	6	2	6	6	6	5	2	5	6	5	5	6	6	5
135	5	5	2	5	5	5	4,5	3	6	6	5	5	5	5	5

136	2	6	5	5	6	6	5	2	4	4	4	4	5	5	4
137	3	6	3	6	6	6	5	2	3	3	6	3	4	4	3,5714
138	4	5	3	6	6	6	5	4	5	6	6	6	5	5	5,2857
139	3	6	3	5	6	5	4,6667	2	6	6	5	5	6	5	5
140	4	6	4	6	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4,2857
141	5	6	6	5	6	5	5,5	5	4	4	5	4	5	4	4,4286
142	3	6	3	5	6	5	4,6667	6	6	6	6	6	5	6	5,8571
143	4	5	4	5	6	6	5	3	5	6	5	5	6	5	5
144	6	5	4	5	6	5	5,1667	2	5	5	5	5	5	5	4,5714
145	6	5	2	6	6	6	5,1667	2	5	5	5	5	4	5	4,4286
146	5	5	2	5	5	6	4,6667	3	5	5	4	6	4	3	4,2857
147	4	5	6	6	5	5	5,1667	2	4	4	5	5	5	4	4,1429
148	6	6	4	6	5	5	5,3333	3	5	5	5	6	6	5	5
149	2	6	6	5	6	5	5	3	5	5	4	5	4	4	4,2857
150	5	6	3	5	5	5	4,8333	6	5	5	6	5	6	6	5,5714
151	5	5	2	6	5	5	4,6667	2	6	6	6	5	6	5	5,1429
152	5	5	6	6	5	5	5,3333	3	6	5	6	6	5	5	5,1429
153	2	6	2	6	6	6	4,6667	6	5	5	5	6	5	5	5,2857
154	3	6	3	5	6	6	4,8333	6	6	5	6	6	5	5	5,5714
155	4	6	5	5	5	6	5,1667	6	4	4	4	5	4	4	4,4286
156	4	6	2	6	5	5	4,6667	4	5	4	5	4	5	4	4,4286
157	6	5	5	6	5	5	5,3333	5	6	6	5	6	5	5	5,4286
158	4	6	6	6	6	6	5,6667	4	5	5	4	5	5	5	4,7143
159	5	5	3	5	5	5	4,6667	3	4	6	4	4	6	4	4,4286
160	3	6	2	5	5	5	4,3333	3	4	5	5	4	5	5	4,4286
161	4	6	4	5	5	5	4,8333	5	6	5	5	6	5	5	5,2857
162	5	5	3	5	5	5	4,6667	4	6	5	5	5	5	5	5
163	6	5	2	5	5	5	4,6667	3	6	5	5	5	5	5	4,8571
164	4	6	2	6	6	5	4,8333	4	6	6	6	5	6	5	5,4286
165	5	5	3	6	5	5	4,8333	3	6	5	5	5	5	5	4,8571
166	5	6	6	6	6	6	5,8333	4	4	4	5	5	4	4	4,2857
167	3	5	6	5	6	6	5,1667	4	5	6	6	6	5	5	5,2857
168	6	6	3	6	5	6	5,3333	5	5	6	6	5	5	6	5,4286
169	3	6	3	6	5	5	4,6667	4	6	5	5	5	5	6	5,1429
170	4	6	4	6	5	5	5	4	4	6	4	4	5	4	4,4286
171	2	5	2	6	6	5	4,3333	5	5	4	5	4	5	4	4,5714
172	5	5	4	6	5	5	5	2	5	5	5	5	6	5	4,7143
173	6	5	4	6	6	5	5,3333	5	3	3	6	4	5	5	4,4286

174	5	6	5	5	5	6	5,3333	2	4	6	4	5	6	6	4,7143
175	2	6	3	5	5	5	4,3333	6	5	5	5	5	5	6	5,2857
176	3	6	4	5	6	6	5	3	4	5	4	4	4	4	4
177	4	5	6	6	5	5	5,1667	2	5	6	5	5	6	5	4,8571
178	2	5	2	5	6	6	4,3333	6	5	5	5	5	5	5	5,1429
179	2	6	5	5	5	5	4,6667	3	3	4	6	6	4	5	4,4286
180	5	6	6	6	5	6	5,6667	5	5	6	5	5	5	6	5,2857
181	2	5	4	5	6	6	4,6667	2	5	5	5	5	5	6	4,7143
182	2	5	4	6	5	5	4,5	4	4	5	5	5	5	4	4,5714
183	3	4	2	3	6	3	3,5	6	4	4	3	4	5	4	4,2857
184	4	3	4	5	6	4	4,3333	5	5	3	3	6	3	6	4,4286
185	5	6	3	3	6	6	4,8333	5	4	5	4	4	5	4	4,4286
186	4	4	5	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5,8571
187	4	6	6	6	3	4	4,8333	4	5	4	4	5	5	5	4,5714
188	3	3	5	4	4	6	4,1667	4	5	4	5	4	5	4	4,4286
189	5	4	5	6	4	6	5	6	5	5	5	6	5	6	5,4286
190	6	6	4	5	4	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3,2857
191	6	4	3	6	5	4	4,6667	4	6	5	4	6	4	6	5
192	4	4	3	5	3	4	3,8333	2	6	6	6	5	5	6	5,1429
193	3	5	6	5	5	6	5	5	4	3	3	3	3	3	3,4286
194	5	3	5	6	4	5	4,6667	3	6	6	5	5	6	6	5,2857
195	5	3	3	3	6	6	4,3333	2	5	5	4	6	3	5	4,2857
196	5	3	5	6	3	6	4,6667	4	6	5	6	5	5	6	5,2857
197	2	4	6	3	5	4	4	2	5	6	6	6	6	6	5,2857
198	5	6	6	3	5	5	5	5	6	4	5	6	4	3	4,7143
199	3	4	6	4	4	6	4,5	3	5	4	6	3	5	5	4,4286
200	5	5	3	5	6	3	4,5	3	3	6	6	5	5	4	4,5714
201	5	3	4	5	6	5	4,6667	3	6	6	6	6	6	5	5,4286
202	5	5	6	5	4	3	4,6667	4	6	4	4	3	6	6	4,7143
203	4	6	4	3	3	6	4,3333	4	5	4	4	5	5	4	4,4286
204	2	4	4	3	3	6	3,6667	6	6	4	5	4	3	6	4,8571
205	5	4	3	4	5	3	4	5	5	6	6	5	6	5	5,4286
206	4	3	3	3	5	4	3,6667	5	6	6	6	5	6	5	5,5714
207	4	4	3	6	6	5	4,6667	2	5	5	5	6	5	5	4,7143
208	3	3	4	5	3	6	4	2	5	5	5	5	6	5	4,7143
209	3	5	4	4	4	6	4,3333	4	3	3	4	5	3	6	4
210	3	5	6	4	6	6	5	4	4	3	5	6	5	4	4,4286
211	5	5	6	4	5	3	4,6667	5	5	5	5	6	6	5	5,2857

212	6	3	3	6	3	6	4,5	4	5	5	6	5	6	5	5,1429
213	2	3	3	3	6	5	3,6667	6	5	6	6	5	3	5	5,1429
214	3	5	5	3	6	5	4,5	6	5	6	6	6	5	6	5,7143
215	5	5	2	3	4	3	3,6667	2	3	5	4	3	6	6	4,1429
216	4	3	5	5	6	3	4,3333	4	6	6	6	6	5	6	5,5714
217	4	5	4	3	4	5	4,1667	6	3	4	4	6	5	5	4,7143
218	6	6	3	3	4	5	4,5	6	5	4	3	5	3	4	4,2857
219	6	4	3	3	6	4	4,3333	6	4	4	4	3	4	3	4
220	4	3	5	4	3	4	3,8333	6	6	3	6	4	5	5	5
221	4	3	6	4	6	4	4,5	5	6	5	5	5	5	6	5,2857
222	3	4	3	5	4	5	4	2	5	5	6	6	5	5	4,8571
223	2	5	2	4	5	4	3,6667	4	5	5	6	6	5	5	5,1429
224	6	6	6	3	3	5	4,8333	5	5	4	5	5	4	4	4,5714
225	3	5	5	5	5	6	4,8333	4	6	6	6	6	6	5	5,5714
226	2	5	5	4	3	5	4	3	6	5	5	5	6	6	5,1429
227	2	3	6	4	5	4	4	4	3	4	5	6	3	5	4,2857
228	6	4	5	3	3	3	4	2	4	3	5	5	3	5	3,8571
229	6	3	5	3	4	5	4,3333	6	5	4	5	6	5	5	5,1429
230	5	6	2	4	4	6	4,5	5	6	6	6	5	5	5	5,4286
231	2	5	6	3	6	6	4,6667	3	6	5	6	5	5	6	5,1429
232	2	4	4	5	5	5	4,1667	4	6	6	5	5	5	6	5,2857
233	4	4	4	4	5	5	4,3333	2	5	6	3	4	4	5	4,1429
234	4	5	5	4	4	5	4,5	4	5	6	6	5	5	6	5,2857
235	2	5	6	4	5	5	4,5	3	5	5	5	5	4	4	4,4286
236	4	4	3	4	4	4	3,8333	4	5	5	6	6	6	6	5,4286
237	4	5	2	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4,4286
238	6	5	4	5	5	4	4,8333	6	5	6	5	5	6	5	5,4286
239	6	5	6	4	5	5	5,1667	4	5	4	4	5	4	4	4,2857
240	4	5	2	5	5	5	4,3333	6	5	4	4	4	5	5	4,7143
241	5	5	3	5	4	5	4,5	2	5	5	6	5	5	5	4,7143
242	6	4	5	5	5	4	4,8333	6	4	4	5	4	4	5	4,5714
243	3	4	4	5	5	5	4,3333	4	4	4	4	3	4	4	3,8571
244	2	5	4	4	5	4	4	2	5	5	6	4	5	5	4,5714
245	5	4	5	5	4	5	4,6667	2	6	3	3	5	4	4	3,8571
246	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4,2857
247	3	5	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4,1429
248	3	5	5	4	4	4	4,1667	6	4	5	5	5	5	4	4,8571
249	5	4	6	4	4	4	4,5	5	4	4	5	4	4	5	4,4286

250	6	5	5	4	4	3	4,5	5	5	4	5	4	4	5	4,5714
251	4	4	3	4	4	3	3,6667	5	5	5	5	6	5	6	5,2857
252	2	5	6	5	4	4	4,3333	2	5	4	4	4	4	5	4
253	6	4	3	4	4	5	4,3333	4	5	4	3	3	3	5	3,8571
254	5	4	3	4	4	5	4,1667	3	5	4	5	4	4	5	4,2857
255	3	4	2	4	5	4	3,6667	4	4	5	4	4	4	5	4,2857
256	2	5	6	4	5	3	4,1667	3	4	4	4	4	4	5	4
257	5	4	5	5	4	3	4,3333	4	6	3	6	5	6	3	4,7143
258	3	5	6	5	5	3	4,5	4	5	5	5	5	4	5	4,7143
259	3	4	3	5	4	5	4	6	5	4	5	4	4	4	4,5714
260	2	5	4	4	4	4	3,8333	5	5	5	5	5	5	3	4,7143

LAMPIRAN 6 : Data

Tabel Uncertainty Avoidance(UA) dan Pengadopsian Mobile Banking(PMB)

NO	UA1	UA2	UA3	UA4	UA	PMB1	PMB2	PMB3	PMB4	PMB
1	2	4	4	4	3,5	3	4	4	3	3,5
2	5	4	4	4	4,25	4	4	5	4	4,25
3	6	3	4	3	4	2	3	5	5	3,75
4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4,25
5	6	4	4	3	4,25	2	1	4	5	3
6	3	4	4	4	3,75	4	5	5	4	4,5
7	4	3	4	4	3,75	3	4	4	6	4,25
8	3	4	3	3	3,25	4	6	5	5	5
9	6	3	3	4	4	4	3	3	6	4
10	6	4	3	4	4,25	3	4	5	5	4,25
11	5	4	3	4	4	2	1	4	3	2,5
12	4	4	4	3	3,75	1	3	3	4	2,75
13	6	3	4	4	4,25	3	2	3	6	3,5
14	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4
15	3	4	4	3	3,5	2	2	5	5	3,5
16	5	3	3	3	3,5	2	2	3	4	2,75
17	5	4	4	4	4,25	5	6	6	6	5,75
18	6	4	4	3	4,25	2	3	5	5	3,75
19	4	4	3	3	3,5	2	1	6	5	3,5
20	5	3	4	3	3,75	2	2	2	4	2,5
21	5	4	3	4	4	1	1	6	6	3,5
22	2	3	3	3	2,75	1	1	6	6	3,5

23	2	3	3	3	2,75	1	1	6	6	3,5
24	2	3	4	4	3,25	2	1	4	4	2,75
25	3	4	3	4	3,5	3	1	2	6	3
26	2	4	4	4	3,5	1	1	5	5	3
27	4	5	4	5	4,5	2	3	2	5	3
28	6	5	5	4	5	1	4	4	2	2,75
29	2	4	5	5	4	2	5	3	3	3,25
30	6	4	5	4	4,75	3	4	3	3	3,25
31	2	5	4	4	3,75	3	4	5	5	4,25
32	3	4	5	4	4	4	2	4	5	3,75
33	5	4	4	4	4,25	2	2	3	5	3
34	4	5	4	4	4,25	1	2	3	6	3
35	6	5	5	4	5	2	5	4	2	3,25
36	3	4	5	5	4,25	3	4	3	5	3,75
37	3	5	4	4	4	2	2	4	4	3
38	2	5	4	5	4	2	2	4	4	3
39	6	5	5	4	5	3	4	4	6	4,25
40	5	5	4	4	4,5	3	4	3	6	4
41	4	5	5	4	4,5	2	1	3	3	2,25
42	6	4	5	5	5	4	3	3	2	3
43	2	4	5	4	3,75	3	4	6	6	4,75
44	3	4	4	5	4	3	2	3	3	2,75
45	2	5	4	5	4	4	3	3	1	2,75
46	5	4	5	4	4,5	3	3	3	3	3
47	3	4	4	5	4	2	1	3	3	2,25
48	5	4	4	5	4,5	6	6	5	5	5,5
49	5	5	4	5	4,75	1	1	6	1	2,25
50	2	5	4	4	3,75	3	3	5	6	4,25
51	5	5	5	4	4,75	2	3	6	6	4,25
52	6	4	4	4	4,5	2	3	4	5	3,5
53	5	5	5	4	4,75	2	1	6	5	3,5
54	4	5	5	4	4,5	5	3	4	3	3,75
55	4	4	5	5	4,5	1	1	6	6	3,5
56	2	4	4	5	3,75	1	1	6	6	3,5
57	2	5	4	5	4	2	2	6	6	4
58	2	5	5	4	4	2	2	6	6	4
59	6	4	5	5	5	2	2	5	5	3,5
60	2	5	5	5	4,25	2	2	6	6	4

61	3	5	4	4	4	2	2	6	6	4
62	6	4	5	5	5	3	2	4	3	3
63	5	5	5	4	4,75	4	3	5	4	4
64	4	4	5	4	4,25	5	5	6	6	5,5
65	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3
66	5	5	4	4	4,5	3	3	3	3	3
67	3	4	4	4	3,75	1	4	4	4	3,25
68	2	5	4	4	3,75	3	4	6	6	4,75
69	2	5	5	4	4	2	2	2	2	2
70	6	4	5	4	4,75	2	2	2	2	2
71	3	5	5	4	4,25	2	2	6	2	3
72	3	4	5	4	4	5	3	4	3	3,75
73	3	5	5	4	4,25	2	2	3	2	2,25
74	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
75	2	4	4	5	3,75	3	2	4	3	3
76	6	4	4	4	4,5	4	3	5	4	4
77	2	4	5	5	4	3	1	4	1	2,25
78	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5
79	6	5	5	6	5,5	3	3	5	4	3,75
80	4	6	5	6	5,25	3	3	4	3	3,25
81	3	6	6	5	5	1	1	3	4	2,25
82	4	5	5	6	5	2	3	4	5	3,5
83	3	5	6	6	5	2	3	5	4	3,5
84	2	5	6	6	4,75	3	2	3	4	3
85	6	5	5	6	5,5	1	2	3	3	2,25
86	6	5	6	6	5,75	1	5	5	3	3,5
87	4	6	5	5	5	3	2	4	4	3,25
88	2	6	5	6	4,75	2	3	5	4	3,5
89	4	5	6	5	5	1	2	3	4	2,5
90	5	6	6	5	5,5	3	3	3	3	3
91	2	6	5	6	4,75	2	2	4	4	3
92	4	5	5	6	5	2	2	5	4	3,25
93	6	5	5	6	5,5	1	1	1	1	1
94	4	5	5	6	5	2	4	6	4	4
95	2	6	6	5	4,75	3	4	3	3	3,25
96	6	6	5	5	5,5	5	5	5	5	5
97	6	6	5	5	5,5	5	5	5	5	5
98	2	6	5	6	4,75	1	5	6	5	4,25

99	5	5	5	5	5	2	1	3	4	2,5
100	5	6	6	6	5,75	5	4	6	6	5,25
101	5	6	5	5	5,25	1	1	1	1	1
102	2	5	6	5	4,5	4	4	5	6	4,75
103	2	5	5	6	4,5	2	2	2	4	2,5
104	2	6	5	6	4,75	2	1	2	2	1,75
105	4	5	5	5	4,75	3	3	5	2	3,25
106	6	6	6	5	5,75	2	2	2	2	2
107	3	5	5	5	4,5	4	5	5	5	4,75
108	4	5	5	5	4,75	5	5	4	5	4,75
109	3	5	6	6	5	3	4	4	6	4,25
110	4	5	5	5	4,75	4	3	5	5	4,25
111	5	6	5	5	5,25	4	4	6	6	5
112	2	6	6	6	5	2	2	3	2	2,25
113	4	6	6	6	5,5	2	2	3	3	2,5
114	3	6	6	5	5	2	4	6	6	4,5
115	5	6	6	6	5,75	6	4	4	6	5
116	4	6	6	6	5,5	4	5	4	5	4,5
117	6	6	6	6	6	1	3	6	2	3
118	5	5	6	6	5,5	1	3	5	5	3,5
119	2	5	6	5	4,5	5	4	5	4	4,5
120	6	5	5	5	5,25	1	4	5	4	3,5
121	6	5	5	5	5,25	4	3	4	4	3,75
122	3	5	6	6	5	4	3	4	4	3,75
123	5	5	6	5	5,25	4	4	4	4	4
124	6	6	6	5	5,75	1	1	1	1	1
125	5	6	5	5	5,25	2	3	3	4	3
126	5	5	5	6	5,25	1	1	1	1	1
127	3	5	6	6	5	1	1	1	1	1
128	3	5	6	5	4,75	5	4	4	5	4,5
129	3	6	6	5	5	5	4	4	5	4,5
130	4	6	5	5	5	5	4	4	5	4,5
131	4	5	6	5	5	2	2	3	3	2,5
132	3	6	6	5	5	2	2	3	3	2,5
133	2	5	5	6	4,5	1	1	2	4	2
134	5	5	5	5	5	1	1	3	4	2,25
135	6	6	5	5	5,5	2	2	2	2	2
136	4	5	5	5	4,75	2	1	4	6	3,25

137	3	6	5	6	5	1	1	1	1	1
138	3	5	5	6	4,75	2	1	4	5	3
139	2	5	6	6	4,75	1	1	3	4	2,25
140	6	5	5	5	5,25	1	1	3	3	2
141	4	6	6	6	5,5	3	3	3	3	3
142	5	6	6	5	5,5	1	2	3	4	2,5
143	6	5	6	5	5,5	4	4	3	5	4
144	5	6	6	6	5,75	1	1	2	2	1,5
145	4	5	6	5	5	1	1	1	1	1
146	2	6	6	6	5	1	1	1	1	1
147	6	6	5	5	5,5	1	1	3	1	1,5
148	3	5	5	5	4,5	1	1	3	1	1,5
149	6	5	5	5	5,25	3	3	4	5	3,75
150	5	5	5	6	5,25	4	4	5	5	4,5
151	5	6	5	5	5,25	4	2	6	5	4,25
152	3	5	6	5	4,75	5	4	5	5	4,75
153	5	6	6	6	5,75	3	4	6	4	4,25
154	3	6	5	6	5	1	3	2	4	2,5
155	3	6	6	6	5,25	1	3	2	4	2,5
156	5	6	6	5	5,5	2	2	5	2	2,75
157	5	5	5	6	5,25	2	2	2	2	2
158	5	5	5	5	5	2	4	4	3	3,25
159	3	5	6	6	5	2	1	4	1	2
160	5	6	5	5	5,25	2	4	4	4	3,5
161	4	5	6	6	5,25	3	6	6	6	5,25
162	5	6	6	5	5,5	4	3	5	3	3,75
163	3	6	5	5	4,75	3	3	4	4	3,5
164	5	6	6	5	5,5	4	4	2	2	3
165	5	5	6	5	5,25	2	2	2	3	2,25
166	5	5	6	5	5,25	2	2	2	3	2,25
167	4	6	6	6	5,5	3	4	5	5	4,25
168	3	5	6	5	4,75	3	4	5	4	4
169	3	6	6	5	5	3	5	4	3	3,75
170	2	6	5	5	4,5	3	3	3	4	3,25
171	3	5	6	5	4,75	3	4	3	3	3,25
172	6	5	6	5	5,5	2	2	3	5	3
173	6	6	6	6	6	2	2	2	2	2
174	4	6	5	5	5	3	4	3	4	3,5

175	3	5	6	6	5	3	4	6	6	4,75
176	5	5	6	5	5,25	2	1	5	4	3
177	3	5	5	5	4,5	5	3	5	6	4,75
178	6	6	6	6	6	3	6	3	2	3,5
179	6	5	5	5	5,25	1	1	3	2	1,75
180	6	5	5	6	5,5	1	1	4	4	2,5
181	6	6	5	6	5,75	5	5	5	5	5
182	4	5	5	6	5	2	3	4	3	3
183	4	3	5	6	4,5	1	4	3	1	2,25
184	5	4	3	6	4,5	2	4	2	2	2,5
185	4	4	6	3	4,25	3	2	2	1	2
186	3	3	3	4	3,25	2	2	3	4	2,75
187	5	5	3	4	4,25	3	3	5	4	3,75
188	2	6	4	5	4,25	4	4	4	5	4,25
189	4	4	4	6	4,5	3	3	4	4	3,5
190	4	5	6	3	4,5	1	1	1	1	1
191	3	3	3	6	3,75	4	4	5	4	4,25
192	6	5	3	3	4,25	3	3	4	3	3,25
193	4	6	6	4	5	1	1	1	1	1
194	2	6	6	6	5	3	3	3	3	3
195	2	3	3	6	3,5	4	4	5	4	4,25
196	5	4	6	5	5	4	3	5	4	4
197	4	6	3	5	4,5	2	2	6	2	3
198	6	4	5	5	5	5	3	4	3	3,75
199	3	6	6	6	5,25	2	2	3	2	2,25
200	2	3	4	6	3,75	4	3	3	5	3,75
201	2	5	5	5	4,25	3	5	2	2	3
202	5	4	6	6	5,25	4	3	5	4	4
203	3	5	4	5	4,25	5	2	4	3	3,5
204	4	6	3	6	4,75	2	2	3	3	2,5
205	3	6	3	5	4,25	4	4	3	5	4
206	4	5	6	6	5,25	3	3	3	4	3,25
207	2	6	6	3	4,25	2	2	3	3	2,5
208	2	3	6	3	3,5	3	2	3	3	2,75
209	6	4	5	3	4,5	5	6	6	6	5,75
210	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4,5
211	4	6	3	3	4	3	4	5	4	4
212	5	3	4	5	4,25	2	2	2	4	2,5

213	4	3	6	6	4,75	3	3	3	3	3
214	3	3	6	5	4,25	3	2	3	4	3
215	2	5	6	4	4,25	5	5	5	5	5
216	4	5	5	6	5	4	2	5	5	4
217	3	4	5	5	4,25	3	4	5	2	3,5
218	6	4	3	3	4	6	6	6	5	5,75
219	4	6	4	6	5	2	2	2	2	2
220	3	5	3	3	3,5	4	4	5	5	4,5
221	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3
222	6	5	5	4	5	2	4	4	4	3,5
223	3	3	3	5	3,5	4	3	5	4	4
224	5	3	5	5	4,5	2	1	2	1	1,5
225	4	4	6	6	5	2	5	5	4	4
226	6	3	4	5	4,5	2	2	4	3	2,75
227	6	6	5	6	5,75	3	2	4	3	3
228	5	6	4	6	5,25	4	3	5	4	4
229	6	5	4	4	4,75	3	2	4	5	3,5
230	4	4	3	3	3,5	3	3	5	5	4
231	2	5	5	3	3,75	4	2	4	3	3,25
232	5	4	4	5	4,5	3	4	4	4	3,75
233	4	4	5	4	4,25	3	3	4	4	3,5
234	4	4	4	4	4	2	1	5	5	3,25
235	6	4	5	4	4,75	4	2	4	3	3,25
236	2	4	5	4	3,75	3	1	6	5	3,75
237	3	5	5	4	4,25	3	2	5	4	3,5
238	5	5	5	4	4,75	5	3	3	4	3,75
239	4	4	4	5	4,25	5	3	4	6	4,5
240	3	5	5	4	4,25	4	4	4	6	4,5
241	4	5	4	5	4,5	3	2	5	2	3
242	5	5	4	4	4,5	4	1	3	5	3,25
243	4	5	5	4	4,5	2	2	3	1	2
244	6	4	5	4	4,75	3	3	2	3	2,75
245	3	4	5	5	4,25	3	2	2	5	3
246	4	5	4	4	4,25	3	1	2	3	2,25
247	2	4	4	4	3,5	4	3	3	3	3,25
248	2	4	3	5	3,5	5	3	5	4	4,25
249	6	4	4	4	4,5	4	4	6	6	5
250	2	4	3	5	3,5	4	2	4	6	4

251	2	4	4	4	3,5	2	3	3	6	3,5
252	6	5	4	5	5	2	2	4	2	2,5
253	4	4	4	5	4,25	2	4	4	3	3,25
254	6	4	4	5	4,75	5	3	3	4	3,75
255	3	5	5	5	4,5	4	2	3	3	3
256	4	5	4	5	4,5	2	2	4	2	2,5
257	6	5	4	4	4,75	2	3	4	1	2,5
258	3	5	4	4	4	1	5	5	2	3,25
259	5	4	4	5	4,5	3	5	2	3	3,25
260	6	5	4	4	4,75	2	3	2	4	2,75

LAMPIRAN 7 : Data

Tabel Variabel Interaksi

NO	Masc MF	Indiv MF	Powe MF	Unce MF
1	-1,589895965	-1,121531973	-1,628506452	-0,712161844
2	-1,599124275	-2,009164011	-1,552807106	-1,574890179
3	-1,294590021	-1,904736713	-1,31561582	-2,105191082
4	-1,497612857	-1,569077539	-1,663832814	-1,487825851
5	-1,728320625	-2,158345866	-2,012049807	-2,287234675
6	-1,728320625	-2,158345866	-2,299707324	-1,685699323
7	-1,894430219	-1,792850321	-2,203821485	-1,828168222
8	-1,709864004	-1,740636672	-1,895977476	-1,487825851
9	-1,248448468	-1,009645582	-1,25000972	-1,717359078
10	-2,078996433	-2,300068629	-2,107935646	-2,287234675
11	-1,894430219	-1,949491269	-1,991863315	-1,828168222
12	-1,986713326	-1,904736713	-2,0978424	-1,749018833
13	-1,193078603	-1,621291188	-1,33075569	-1,8439981
14	-1,802147111	-2,203100423	-2,0978424	-1,590720056
15	-1,193078603	-1,427354776	-1,724392291	-1,226632869
16	-1,903658529	-2,158345866	-2,203821485	-2,287234675
17	-1,922115151	-1,569077539	-1,895977476	-1,487825851
18	-1,340731575	-1,322927478	-1,219729982	-1,56697524
19	-1,433014682	-1,039481953	-1,33075569	-1,63820969
20	-1,986713326	-2,203100423	-2,0978424	-2,065616387
21	-0,094909626	-1,725718487	-0,265918217	-1,56697524
22	-1,257676778	-1,136450159	-1,088517781	-1,036674337

23	-1,294590021	-1,158827437	-1,567946975	-1,313697197
24	-1,802147111	-1,904736713	-1,895977476	-1,590720056
25	-0,953142524	-1,039481953	-0,937119088	-1,226632869
26	0,874063	-0,785872799	0,930131456	-0,166031063
27	-0,473270366	-0,65160913	-0,674694687	-0,403479229
28	-0,094909626	-0,718740965	-0,265918217	-0,925865193
29	-0,602466717	-0,785872799	-0,810953511	-0,126456369
30	-0,593238406	-0,51734546	-0,810953511	-0,925865193
31	-0,593238406	-0,114554451	-0,538435864	-0,284755146
32	-0,953142524	-0,65160913	-0,412270287	-0,403479229
33	-0,593238406	-0,920136469	-0,40217704	-0,925865193
34	-0,233334287	-0,65160913	-0,937119088	-0,609267639
35	-0,842402796	-0,315949956	-0,674694687	-0,925865193
36	0,301907735	0,153972888	1,111809888	0,308865268
37	1,344706847	0,288236557	1,444887012	0,166396368
38	-0,094909626	-0,51734546	-0,538435864	0,142651552
39	-0,214877666	-0,174227193	-0,260871594	-0,609267639
40	-0,353302327	-0,248818121	-0,119566147	-0,735906661
41	-1,506841168	-1,322927478	-1,46196789	-1,163313359
42	-0,990055767	-1,188663808	-0,775627149	-1,400761524
43	-0,713206445	-0,65160913	-0,543482487	-0,403479229
44	0,874063	0,168891073	0,930131456	0,277205512
45	-0,953142524	-0,263736307	-0,805906888	0,008097591
46	0,172711385	-0,211522657	0,163044746	-0,545948128
47	-1,506841168	-1,479568426	-1,67392606	-1,163313359
48	-1,340731575	-0,718740965	-0,40217704	-0,712161844
49	-0,288704152	0,153972888	-0,018633685	0,055587224
50	-0,713206445	-0,65160913	-0,543482487	-0,403479229
51	-0,473270366	-0,591936388	-0,119566147	-0,609267639
52	-0,713206445	-0,845545541	-0,674694687	-1,226632869
53	-0,344074016	-0,51734546	-1,219729982	-0,712161844
54	-0,344074016	-0,51734546	0,551634724	-0,284755146
55	-0,214877666	-0,174227193	0,304350193	-0,166031063
56	-0,713206445	-0,457672718	-0,149845886	-0,403479229
57	-0,953142524	-0,845545541	0,112578515	0,008097591
58	-0,473270366	0,034627404	0,728266533	0,277205512
59	0,403419153	-0,51734546	0,415375901	-0,712161844

60	-0,473270366	-0,174227193	0,445655639	0,277205512
61	0,24653787	0,168891073	0,586961086	0,277205512
62	-0,113366248	0,019709218	0,00659943	-0,545948128
63	0,597213678	-0,08471808	1,596285705	-0,197690819
64	-0,953142524	-0,65160913	-0,937119088	-0,815056049
65	-0,214877666	0,034627404	-0,40217704	-0,166031063
66	-0,473270366	0,034627404	-0,40217704	-0,830885927
67	-0,233334287	-0,114554451	-0,583855472	-0,403479229
68	-1,063882253	-0,785872799	-0,810953511	-0,522203312
69	-1,396101439	-1,352763849	-1,441781398	-0,704246905
70	-1,396101439	-1,352763849	-1,441781398	-1,400761524
71	-0,344074016	-0,718740965	-0,674694687	-0,284755146
72	0,006601792	0,392663856	1,111809888	0,055587224
73	-1,506841168	-1,322927478	-1,567946975	-0,997099643
74	-0,473270366	-0,457672718	0,243790716	-0,609267639
75	-0,344074016	-0,51734546	-0,538435864	-0,284755146
76	-0,233334287	0,109218331	0,778732764	-0,87837556
77	-0,593238406	-0,718740965	-0,674694687	-0,071051797
78	-0,713206445	-0,65160913	-0,937119088	-0,197690819
79	1,50158813	1,436936842	1,273301827	0,546313433
80	1,335478536	1,601036882	1,788057382	1,496106095
81	-0,371758948	-0,039963524	-0,053960047	0,269290573
82	1,344706847	1,02668674	0,279117077	1,211168296
83	1,658469412	1,601036882	0,551634724	1,773128955
84	1,50158813	1,183327688	1,616472197	2,160960959
85	0,154254763	0,489632062	0,00659943	-0,284755146
86	0,892519621	0,631354824	0,78882601	0,562143311
87	0,043515034	0,870045792	-0,260871594	0,277205512
88	0,892519621	0,870045792	0,304350193	1,575255484
89	1,040172593	1,518986862	1,27834845	1,211168296
90	1,040172593	1,272836801	1,111809888	0,949975314
91	1,187825565	1,586118697	-0,341617563	1,575255484
92	0,892519621	1,347427729	0,465842132	1,068699397
93	-0,473270366	0,318072928	-0,412270287	-0,197690819
94	1,040172593	1,272836801	1,111809888	0,949975314
95	0,597213678	1,10873676	-0,018633685	1,828533527
96	1,040172593	1,272836801	1,27834845	0,688782332

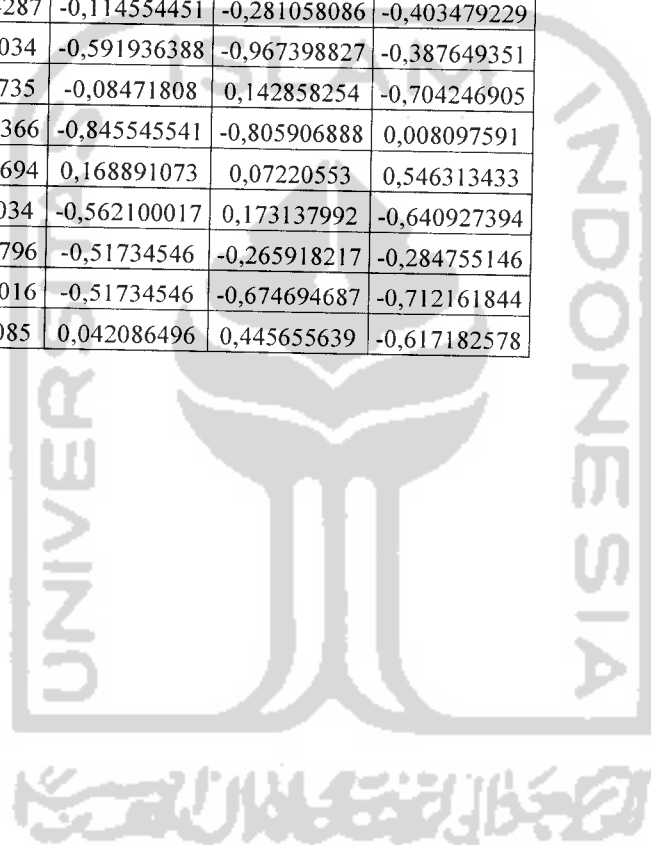
97	0,735638339	1,518986862	1,27834845	0,688782332
98	1,040172593	1,518986862	1,444887012	1,994747243
99	1,50158813	1,690545995	1,788057382	0,546313433
100	1,344706847	1,518986862	1,111809888	1,472361279
101	-0,593238406	0,288236557	-0,674694687	0,142651552
102	1,50158813	1,944155149	1,444887012	1,622745117
103	1,658469412	1,862105129	1,964689191	2,050151815
104	0,089656588	-0,226440843	-0,053960047	0,665037516
105	1,040172593	1,272836801	0,445655639	0,688782332
106	-0,233334287	-0,069799895	-0,149845886	-0,197690819
107	1,815350694	0,929718534	1,444887012	1,084529275
108	1,040172593	1,518986862	0,945271326	0,949975314
109	1,815350694	1,690545995	1,616472197	1,622745117
110	1,187825565	1,183327688	1,616472197	0,815421354
111	0,74486665	0,94463672	0,78882601	0,680867394
112	0,735638339	1,272836801	0,778732764	2,255940225
113	1,187825565	1,183327688	1,788057382	1,891853038
114	0,892519621	0,631354824	0,950317949	1,32197744
115	0,892519621	0,870045792	1,111809888	1,068699397
116	1,187825565	0,929718534	1,616472197	1,891853038
117	0,403419153	0,489632062	-0,538435864	0,356354901
118	1,483131508	1,496609584	0,324536685	1,638574994
119	1,649241101	1,02668674	1,111809888	1,472361279
120	0,735638339	1,02668674	1,111809888	0,42758935
121	0,874063	0,556763897	0,627334071	0,071417102
122	0,874063	1,004309462	0,778732764	1,25865793
123	1,483131508	1,347427729	1,434793766	0,562143311
124	-0,713206445	-0,263736307	-0,674694687	0,008097591
125	1,815350694	1,765136923	0,506215116	1,353637196
126	-0,473270366	0,124136517	-0,543482487	0,008097591
127	-0,833174485	-0,039963524	-0,810953511	0,467164045
128	1,187825565	1,436936842	1,616472197	1,622745117
129	1,030944282	0,713404844	1,101716642	1,416956707
130	1,344706847	1,518986862	1,27834845	1,211168296
131	0,301907735	0,243482001	0,304350193	0,277205512
132	-0,473270366	0,452336598	-0,260871594	0,942060376
133	-0,833174485	-0,039963524	-0,684787934	0,467164045

134	-0,584010095	-0,204063564	-0,553575733	-0,704246905
135	-0,14105118	-0,412918162	-0,180125624	-0,522203312
136	1,040172593	1,518986862	0,112578515	0,688782332
137	-1,294590021	0,332991114	-1,31561582	0,269290573
138	1,187825565	1,690545995	1,444887012	1,353637196
139	0,403419153	0,288236557	0,279117077	0,783761599
140	-0,833174485	-0,039963524	-0,937119088	-0,720076783
141	1,187825565	1,10873676	-0,018633685	1,575255484
142	0,717181718	0,616436639	0,904898341	0,411759473
143	1,187825565	1,436936842	1,273301827	0,546313433
144	0,597213678	0,870045792	0,627334071	1,068699397
145	-0,510183609	-0,025045338	-0,704974426	-0,071051797
146	-0,713206445	-0,069799895	-0,674694687	1,037039642
147	0,006601792	0,870045792	0,142858254	0,308865268
148	0,154254763	0,288236557	0,142858254	0,142651552
149	1,658469412	1,601036882	0,551634724	0,388014656
150	1,187825565	0,870045792	1,111809888	0,562143311
151	1,030944282	0,713404844	1,101716642	0,435504289
152	1,187825565	1,183327688	1,444887012	1,353637196
153	1,030944282	1,407100471	0,632380694	0,926230498
154	1,344706847	1,518986862	1,27834845	1,472361279
155	0,717181718	0,616436639	-0,558622356	1,100359153
156	0,043515034	0,452336598	-0,40217704	0,4988238
157	0,006601792	-0,069799895	0,112578515	-0,197690819
158	1,187825565	1,944155149	0,758546271	0,815421354
159	-0,473270366	-0,263736307	-0,543482487	0,419674411
160	1,981460287	1,339968636	0,728266533	1,219083235
161	1,50158813	1,183327688	1,273301827	1,353637196
162	1,187825565	0,929718534	1,101716642	1,084529275
163	0,458789017	0,482172969	0,632380694	1,171593602
164	1,040172593	1,518986862	1,444887012	1,211168296
165	-0,094909626	0,086841053	0,00659943	0,142651552
166	-0,593238406	0,691027566	-0,674694687	-0,071051797
167	0,735638339	1,272836801	1,27834845	1,472361279
168	1,187825565	1,347427729	1,111809888	1,068699397
169	0,597213678	1,10873676	0,950317949	1,32197744
170	1,040172593	1,272836801	0,279117077	1,733554261

171	1,335478536	1,601036882	0,551634724	1,496106095
172	1,344706847	1,02668674	0,945271326	0,688782332
173	-0,713206445	0,124136517	-0,805906888	0,008097591
174	1,815350694	1,436936842	1,101716642	1,353637196
175	1,344706847	1,02668674	0,945271326	1,733554261
176	1,50158813	1,690545995	0,07220553	0,815421354
177	1,040172593	1,02668674	1,111809888	0,949975314
178	0,597213678	1,10873676	0,627334071	0,815421354
179	-0,593238406	0,086841053	-0,40217704	-0,498458495
180	-0,584010095	-0,368163605	-0,664601441	-0,87837556
181	1,344706847	1,272836801	0,945271326	0,688782332
182	0,874063	0,556763897	0,021739299	0,783761599
183	-1,617580897	-1,755554858	-1,795045014	-1,274122502
184	-0,593238406	-0,51734546	-0,674694687	-0,712161844
185	-1,313046643	-0,853004634	-1,46196789	-1,163313359
186	1,649241101	1,02668674	1,611425574	-0,355989596
187	-0,713206445	-0,457672718	-0,543482487	-0,815056049
188	0,301907735	-0,591936388	-0,40217704	0,277205512
189	1,040172593	0,780536679	1,111809888	0,42758935
190	-2,005169947	-0,860463727	-1,996909938	-0,87837556
191	-0,731663067	-0,174227193	0,163044746	-0,387649351
192	1,187825565	-0,323409049	1,273301827	-1,464081035
193	-2,005169947	-0,696363686	-2,107935646	-0,355989596
194	0,403419153	-0,51734546	0,415375901	0,57005825
195	0,043515034	-0,383081791	-0,260871594	-0,166031063
196	-1,15616536	-0,248818121	0,612194201	-0,506373434
197	0,984802729	-0,681445501	0,904898341	-0,276840207
198	-0,620923338	-0,032504431	-0,119566147	-0,276840207
199	-1,073110564	-1,054400139	-0,967398827	-0,213520697
200	0,560300435	0,676109381	0,758546271	0,277205512
201	1,187825565	0,392663856	1,434793766	1,068699397
202	0,006601792	-0,845545541	-0,412270287	-0,197690819
203	0,006601792	-0,65160913	-0,674694687	0,008097591
204	-0,473270366	-0,800790985	-0,260871594	-0,166031063
205	-0,694749824	-0,08471808	1,444887012	0,815421354
206	0,874063	-0,785872799	0,930131456	0,783761599
207	1,040172593	1,02668674	0,945271326	1,472361279

208	0,458789017	-0,211522657	0,632380694	-0,05522192
209	-0,990055767	-0,174227193	-0,82609338	-1,49574079
210	-0,833174485	-0,226440843	-0,810953511	-1,313697197
211	-1,922115151	-1,225959272	-0,503109502	-1,305782258
212	0,006601792	-0,65160913	-0,018633685	-1,432421279
213	0,735638339	0,042086496	0,778732764	0,688782332
214	1,187825565	0,392663856	1,273301827	0,308865268
215	-1,248448468	-1,009645582	-0,40217704	0,4988238
216	-0,177964423	0,042086496	1,611425574	0,949975314
217	0,006601792	-0,08471808	0,142858254	0,815421354
218	-0,085681316	-0,248818121	-0,704974426	-1,883572794
219	-0,584010095	-0,08471808	-0,664601441	1,068699397
220	-0,713206445	-1,427354776	-0,412270287	-0,609267639
221	0,301907735	-0,591936388	0,304350193	-0,387649351
222	0,301907735	0,153972888	0,950317949	-0,197690819
223	-0,344074016	-0,51734546	0,142858254	-0,925865193
224	-1,193078603	-1,352763849	-1,219729982	-1,574890179
225	-0,602466717	-0,226440843	0,198371108	-0,32432984
226	-0,14105118	-0,972350118	-0,053960047	-1,115823725
227	-0,344074016	-0,920136469	-0,674694687	-0,498458495
228	0,560300435	-0,845545541	0,07220553	0,815421354
229	-0,371758948	-1,345304756	-0,432456779	-0,917950254
230	-0,879316038	0,631354824	1,111809888	-0,704246905
231	0,597213678	0,332991114	0,778732764	-0,166031063
232	-0,371758948	-0,599395481	-0,053960047	-1,115823725
233	0,818693136	0,691027566	0,687893548	0,213886001
234	1,030944282	0,019709218	0,945271326	-0,545948128
235	0,486473949	0,959554905	0,869571979	-0,071051797
236	-0,602466717	-1,158827437	0,07220553	-0,32432984
237	-0,113366248	0,019709218	0,163044746	0,190141185
238	-0,113366248	0,250941094	0,78882601	-0,05522192
239	-0,214877666	-0,174227193	-0,543482487	-0,609267639
240	-0,713206445	-0,263736307	-0,674694687	-0,403479229
241	1,040172593	0,534386618	0,945271326	0,42758935
242	0,458789017	0,019709218	-0,149845886	-0,300585024
243	-1,599124275	-1,024563768	-1,663832814	-0,87837556
244	-0,371758948	-0,785872799	-0,432456779	-1,115823725

245	0,043515034	-0,383081791	-0,684787934	0,055587224
246	0,24653787	0,168891073	0,243790716	0,277205512
247	-0,593238406	-0,51734546	-0,674694687	-0,284755146
248	0,181939695	-0,465131811	-0,119566147	-0,047306981
249	-0,731663067	-0,800790985	-0,543482487	-1,274122502
250	-0,094909626	-0,920136469	-0,538435864	-0,284755146
251	-0,085681316	-0,897759191	0,465842132	-0,276840207
252	-0,233334287	-0,114554451	-0,281058086	-0,403479229
253	0,043515034	-0,591936388	-0,967398827	-0,387649351
254	0,301907735	-0,08471808	0,142858254	-0,704246905
255	-0,473270366	-0,845545541	-0,805906888	0,008097591
256	-0,067224694	0,168891073	0,07220553	0,546313433
257	0,043515034	-0,562100017	0,173137992	-0,640927394
258	-0,842402796	-0,51734546	-0,265918217	-0,284755146
259	-0,344074016	-0,51734546	-0,674694687	-0,712161844
260	0,431104085	0,042086496	0,445655639	-0,617182578



Lampiran 8 : Hasil Statistik Deskripsi

Variabel Pengadopsian Mobile Banking (PMB)

Descriptive Statistics

	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
PMB	260	4.750	3.32692	.991930	-.137	.151
Valid N (listwise)	260					

Variabel Kepercayaan (KP)

Descriptive Statistics

	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
KP	260	2.833	4.52628	.596225	-.256	.151
Valid N (listwise)	260					

Variabel Persepsi Manfaat (PM)

Descriptive Statistics

	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
KP	260	2.833	4.52628	.596225	-.256	.151
Valid N (listwise)	260					

Variabel Resiko (R)

Descriptive Statistics

	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error

KP	260	2.833	4.52628	.596225	-.256	.151
Valid N (listwise)	260					

Variabel Kualitas Sistem (KS)

Descriptive Statistics

	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
KP	260	2.833	4.52628	.596225	-.256	.151
Valid N (listwise)	260					

Variabel Masculinity/Femininity (MF)

Descriptive Statistics

	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
MF	260	3.000	4.46846	.599683	-.267	.151
Valid N (listwise)	260					

Variabel Individualism/Collectivism (IC)

Descriptive Statistics

	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
IC	260	3.000	4.52756	.538111	-.135	.151
Valid N (listwise)	260					

Tabel Power Distance (PD)

Descriptive Statistics

	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
PD	260	2.857	4.67088	.625981	-.321	.151
Valid N (listwise)	260					

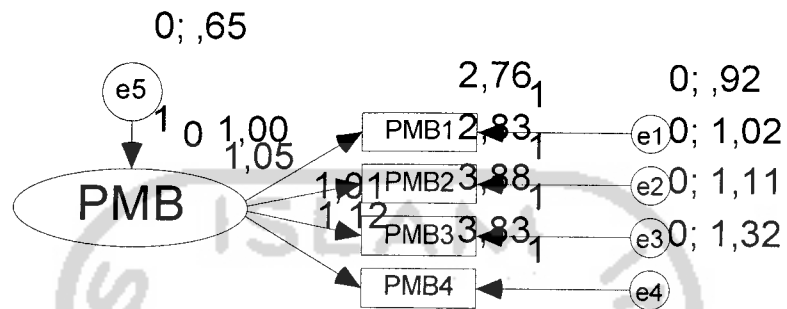
Variabel Uncertainty Avoidance (UA)

Descriptive Statistics

	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
UA	260	3.250	4.60577	.650857	-.235	.151
Valid N (listwise)	260					

Lampiran 9 : Hasil Uji Validitas

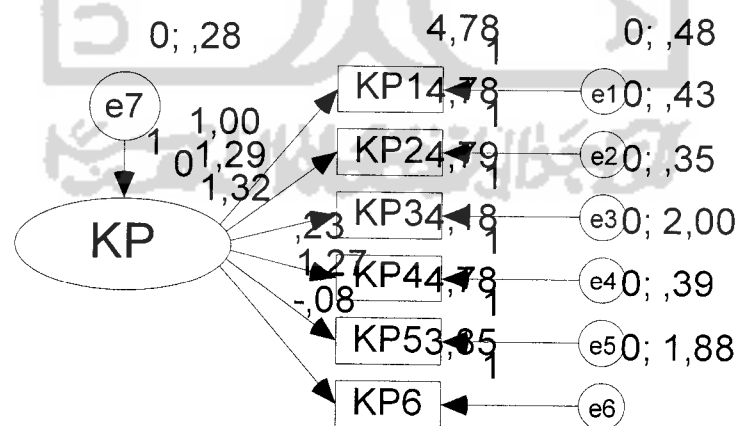
Variabel Pengadopsian Mobile Banking (PMB)



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

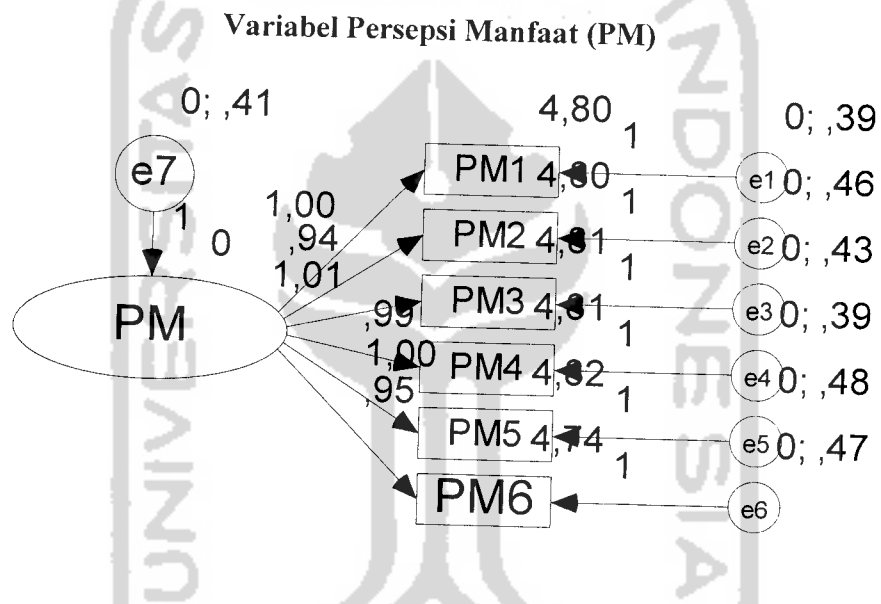
	Estimate
PMB1 <--- PMB	,643
PMB2 <--- PMB	,641
PMB3 <--- PMB	,611
PMB4 <--- PMB	,618

Variabel Kepercayaan (KP)



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

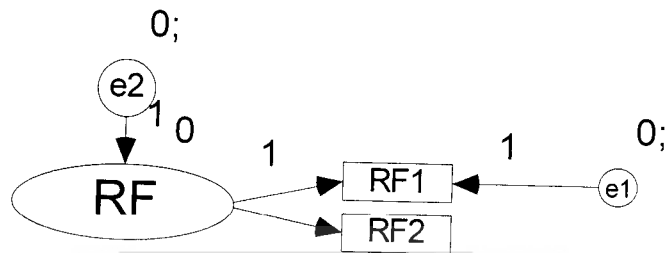
	Estimate
KP1 <--- KP	,609
KP2 <--- KP	,723
KP3 <--- KP	,763
KP4 <--- KP	,087
KP5 <--- KP	,732
KP6 <--- KP	-,030



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

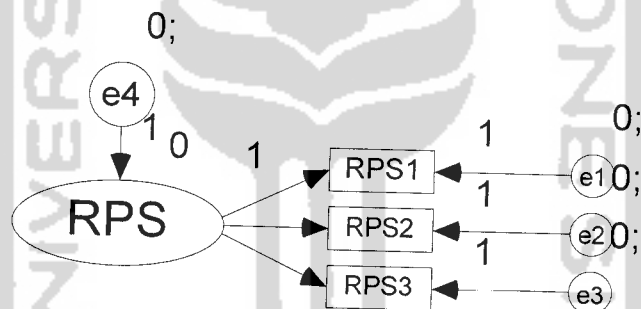
	Estimate
PM1 <--- PM	,717
PM2 <--- PM	,668
PM3 <--- PM	,702
PM4 <--- PM	,715
PM5 <--- PM	,681
PM6 <--- PM	,665

Variabel Resiko (R)



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

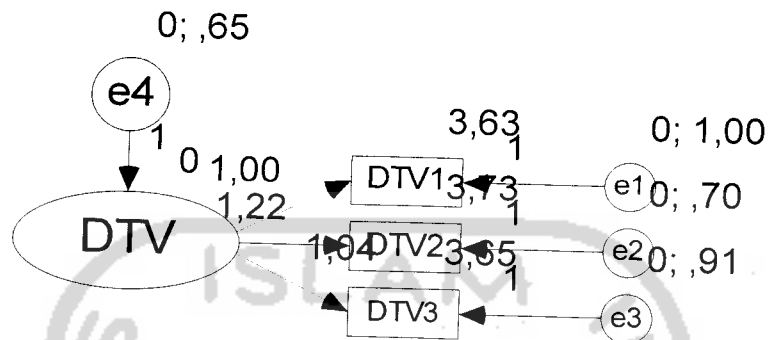
	Estimate
RF1 <--- RF	,012
RF2 <--- RF	1,000



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

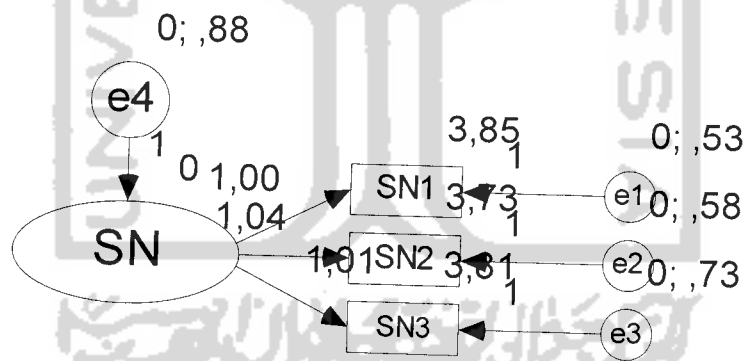
	Estimate
RPS1 <--- RPS	,046
RPS2 <--- RPS	1,705
RPS3 <--- RPS	,259

Variabel Kualitas Sistem (KS)



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

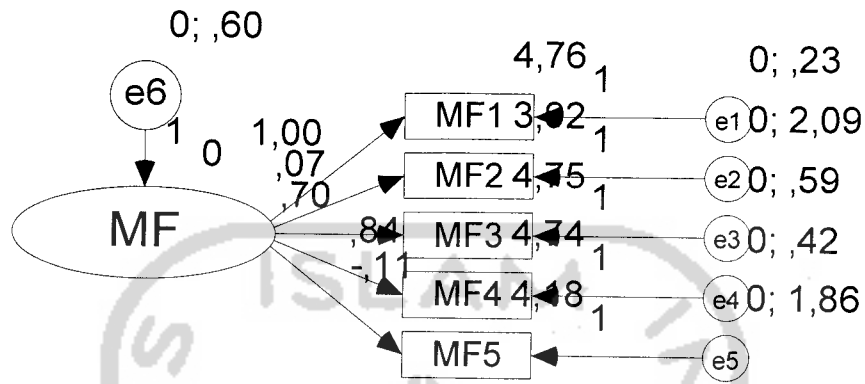
	Estimate
DTV1 <--- DTV	,628
DTV2 <--- DTV	,763
DTV3 <--- DTV	,660



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
SN1 <--- SN	,789
SN2 <--- SN	,789
SN3 <--- SN	,742

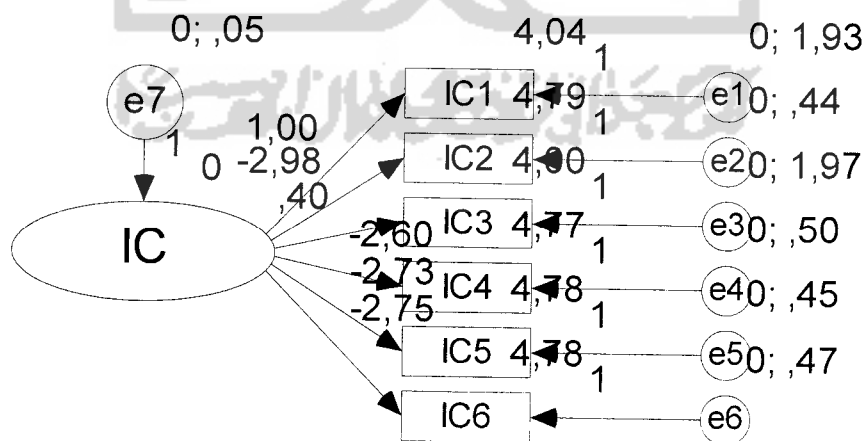
Variabel Maskulinitas Femininitas (MF)



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

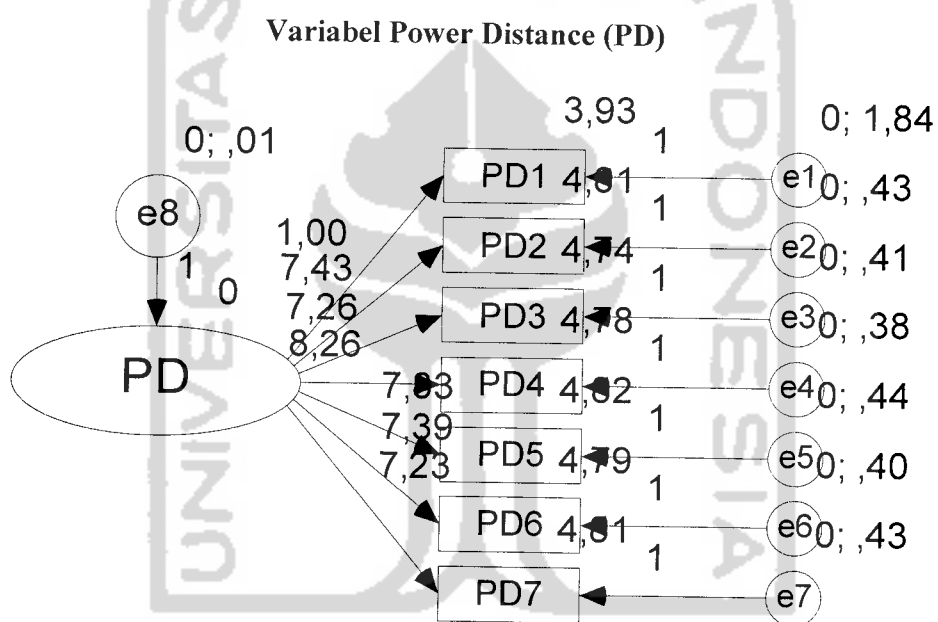
	Estimate
MF1 <--- MF	,847
MF2 <--- MF	,039
MF3 <--- MF	,577
MF4 <--- MF	,705
MF5 <--- MF	-,064

Variabel Individualism Collectivism (IC)



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

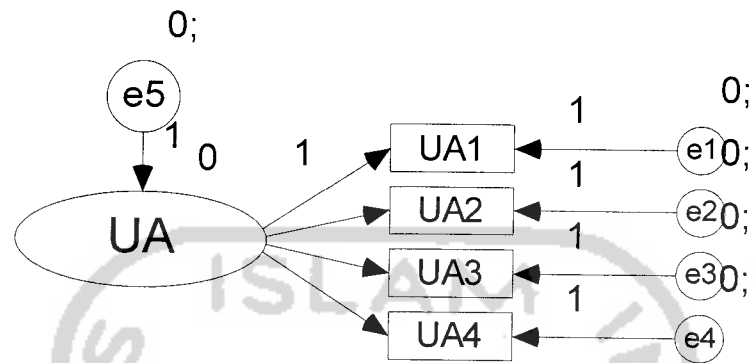
	Estimate
IC1<--- IC	,159
IC2<--- IC	-,710
IC3<--- IC	,063
IC4<--- IC	-,635
IC5<--- IC	-,674
IC6<--- IC	-,670



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PD1<--- PD	,061
PD2<--- PD	,683
PD3<--- PD	,687
PD4<--- PD	,744
PD5<--- PD	,700
PD6<--- PD	,695
PD7<--- PD	,674

Variabel Uncertainty Avoidance (UA)



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
UA1 <--- UA	,019
UA2 <--- UA	,665
UA3 <--- UA	,723
UA4 <--- UA	,611

Lampiran 10 : Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Pengadopsian Mobile Banking (PMB)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	260	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.722	.723	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PMB1	2.76	1.255	260
PMB2	2.83	1.318	260
PMB3	3.88	1.331	260
PMB4	3.83	1.463	260

Inter-Item Correlation Matrix

	PMB1	PMB2	PMB3	PMB4
PMB1	1.000	.552	.288	.346
PMB2	.552	1.000	.339	.294
PMB3	.288	.339	1.000	.549
PMB4	.346	.294	.549	1.000

Variabel Kepercayaan (KP)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	260	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.800	.799	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KP1	4.78	.875	260
KP2	4.78	.949	260
KP3	4.79	.923	260
KP5	4.78	.923	260

Inter-Item Correlation Matrix

	KP1	KP2	KP3	KP5
KP1	1.000	.471	.450	.433
KP2	.471	1.000	.546	.522
KP3	.450	.546	1.000	.572
KP5	.433	.522	.572	1.000

Variabel Manfaat (PM)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	260	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.846	.846	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PM1	4.80	.900	260
PM2	4.80	.909	260
PM3	4.81	.927	260
PM4	4.81	.897	260
PM5	4.82	.952	260
PM6	4.74	.918	260

Inter-Item Correlation Matrix

	PM1	PM2	PM3	PM4	PM5	PM6
PM1	1.000	.507	.496	.474	.476	.516
PM2	.507	1.000	.485	.453	.444	.431
PM3	.496	.485	1.000	.564	.486	.376
PM4	.474	.453	.564	1.000	.466	.497
PM5	.476	.444	.486	.466	1.000	.494
PM6	.516	.431	.376	.497	.494	1.000

Variabel Kualitas Sistem (KS)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	260	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.834	.834	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
DTV1	3.63	1.290	260
DTV2	3.73	1.297	260
DTV3	3.65	1.270	260
SN1	3.85	1.191	260
SN2	3.73	1.242	260
SN3	3.81	1.277	260

Inter-Item Correlation Matrix

	DTV1	DTV2	DTV3	SN1	SN2	SN3
DTV1	1.000	.479	.414	.371	.433	.404
DTV2	.479	1.000	.504	.451	.411	.390
DTV3	.414	.504	1.000	.404	.433	.360
SN1	.371	.451	.404	1.000	.622	.585
SN2	.433	.411	.433	.622	1.000	.585
SN3	.404	.390	.360	.585	.585	1.000

Variabel Masculinity/Femininity (MF)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	260	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.748	.749	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
MF1	4.76	.913	260
MF3	4.75	.940	260
MF4	4.74	.918	260

Inter-Item Correlation Matrix

	MF1	MF3	MF4
MF1	1.000	.487	.597
MF3	.487	1.000	.412
MF4	.597	.412	1.000

Variabel Individualism Collectivism (IC)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	260	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.767	.767	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
IC2	4.79	.941	260
IC4	4.77	.919	260
IC5	4.78	.909	260
IC6	4.78	.922	260

Inter-Item Correlation Matrix

	IC2	IC4	IC5	IC6
IC2	1.000	.447	.479	.477
IC4	.447	1.000	.429	.437
IC5	.479	.429	1.000	.442
IC6	.477	.437	.442	1.000

Variabel Power Distance (PD)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	260	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.850	.850	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PD2	4.81	.904	260
PD3	4.74	.878	260
PD4	4.78	.923	260
PD5	4.82	.930	260
PD6	4.79	.885	260
PD7	4.81	.891	260

Inter-Item Correlation Matrix

	PD2	PD3	PD4	PD5	PD6	PD7
PD2	1.000	.469	.492	.502	.467	.464
PD3	.469	1.000	.483	.445	.542	.475
PD4	.492	.483	1.000	.540	.545	.494
PD5	.502	.445	.540	1.000	.439	.509
PD6	.467	.542	.545	.439	1.000	.425
PD7	.464	.475	.494	.509	.425	1.000

Variabel Uncertainty Avoidance (UA)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	260	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.705	.704	3

Item Statistics

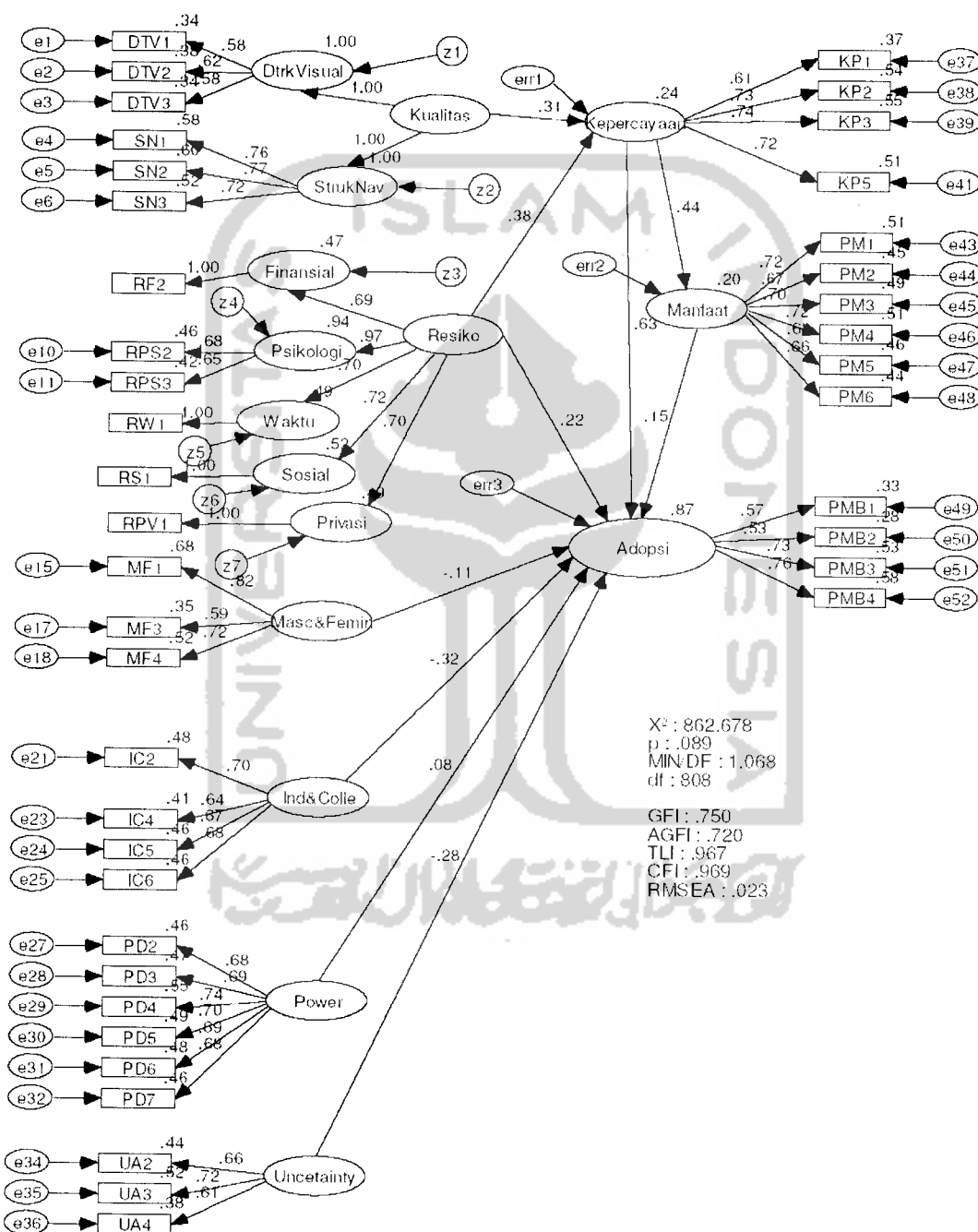
	Mean	Std. Deviation	N
UA2	4.80	.895	260
UA3	4.80	.947	260
UA4	4.80	.908	260

Inter-Item Correlation Matrix

	UA2	UA3	UA4
UA2	1.000	.480	.406
UA3	.480	1.000	.442
UA4	.406	.442	1.000

Lampiran 11

Uji Kebaikan Model Tanpa Variabel Interaksi



Lampiran 12 : Output Goodness Of Fit Index

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	95	862.678	808	0.089	1.068
Saturated model	903	0.000	0		
Independence model	42	2613.375	861	0.000	3.035

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	0.160	0.750	0.720	0.671
Saturated model	0.000	1.000		
Independence model	0.239	0.276	0.240	0.263

Model	DELTA1 NFI	RHO1 RFI	DELTA2 IFI	RHO2 TLI	CFI
Default model	0.870	0.848	0.970	0.967	0.969
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.939	0.629	0.909
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	1.000	0.000	0.000

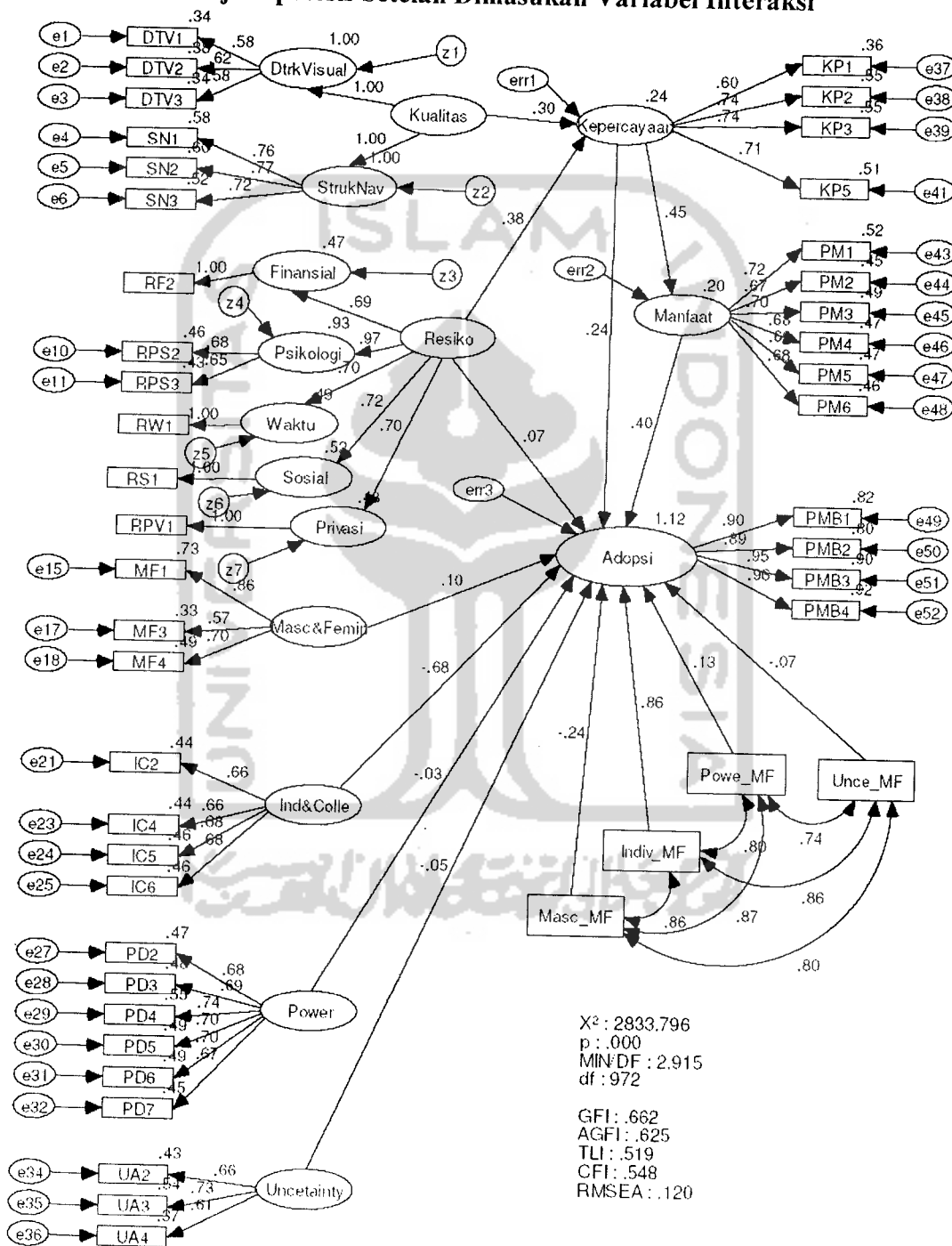
Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	54.678	0.000	129.356
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	1752.375	1602.412	1909.902

Model	FMIN	FO	LO 90	HI 90
Default model	6.486	0.411	0.000	0.973
Saturated model	0.000	0.000	0.000	0.000
Independence model	19.649	13.176	12.048	14.680

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0.023	0.000	0.035	1.000
Independence model	0.124	0.118	0.129	0.000

Lampiran 13

Uji Hipotesis Setelah Dimasukan Variabel Interaksi



χ^2 : 2833.796
 p : .000
 MIN/DF : 2.915
 df : 972
 GFI : .662
 AGFI : .625
 TLI : .519
 CFI : .548
 RMSEA : .120