

FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PENGADOPSIAN

MOBILE BANKING

(STUDI KASUS PADA PENGGUNA MOBILE BANKING DI SEMARANG)



SKRIPSI

Disusun oleh:

HENDI INDA KARNIA 04312282

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 di suatu 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 daftar pustaka. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Februari 2008

Penulis,



Hendi Inda Karnia



**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
PENGADOPSIAN MOBILE BANKING
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA MOBILE BANKING DI SEMARANG)**

Hasil Penelitian



Diajukan oleh:

Nama : Hendi Inda karnia

Nomor Mahasiswa : 04 312 282

Jurusan : Akuntansi

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 21 Januari 2008

Dosen Pembimbing,

Hadi Kusuma
Jawilan

(Drs.Hadri Kusuma, MBA, DBA)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

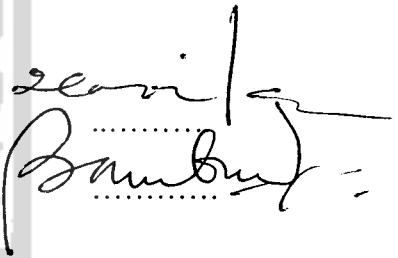
Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Pengadopsian Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pengguna Mobile Banking Di Semarang)

Disusun Oleh: HENDI INDA KARNIA
Nomor Mahasiswa: 04312282

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 20 Februari 2008

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

Penguji : Drs. Kesit Bambang Prakosa, M.Si

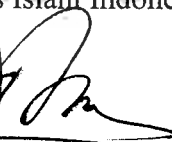


Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia




Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia
Syaiful Ishak, M.Bus, Ph.D

MOTTO

Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.

(Al Baqarah: 185)

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(Ar Ra' ad: 11)

“Hai orang-orang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al Baqarah: 153)



HALAMAN PERSEMBAHAN

“Kupersembahkan Karyaku Untuk:

Bapakku dan Ibuku tercinta

(Bapak SOEBARDI dan Ibu HENDARSIH SUDARMI)

terimakasih atas perhatian dan kasih sayang, doa, pengorbanan dan dorongan yang tiada henti sehingga harapan kepada penulis untuk lulus di bulan Maret ini dapat penulis wujudkana”,

“Kekasihku, juga sebagai sahabat dan kakak bagi penulis “HENDRI DUNAN”

Terimakasih atas kasih sayang, doa, dorongan, motivasi yang tiada henti di berikan kepada penulis dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini...I love u”

“Kedua kakakku Rendra dan Andi, kakak iparku Frida Umayu, keponakan kecilku Chalisa, kedua nenekku tercinta serta keluarga om Sugeng

Terima kasih atas segala yang diberikan baik berupa doa, dorongan, motivasi, support yang tiada henti, serta pengertian kepada penulis”

“Serta kucing-kucing kesayanganku ciko, cepy, mimi, cila, yanto, berby, berko,

Terimakasih atas kebahagiaan dan kegembiraan yang kalian berikan selama penulis menyusun skripsi ini”

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahirobbil 'alamin puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta Sholawat dan Salam semoga tetap tercurah kepada Rosulullah SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul "Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap pengadopsian Mobile Banking" (Studi Kasus Pada Pengguna Mobile Banking di Semarang)

Skripsi ini disusun guna melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana (S1) Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Kepada semua pihak yang memberikan bantuan moril dan materil baik secara langsung maupun tidak langsung hingga tersusun skripsi ini, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Asmai Ishak, M. Bus., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Hadri Kusuma, MBA, DBA selaku Dosen pembimbing yang dengan ikhlas telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
3. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

5. Kedua Orang tuaku yang aku cintai(Bapak Soebardi dan Ibu Hendarsih Sudarmi), yang selalu memberikan doanya dengan ikhlas, *allâhummaghfirlî wa liwâlidayya warhamhummâ kamâ rabbayânî shighîrâ*.
6. Kedua Kakakku Mas Rendra dan Mas Andi, terimakasih atas dukungan material dan semangatnya pada penulis
7. Pacarku tersayang abang "Hendri Dunan" makasih untuk dukungan, semangat dan pinjaman laptop selama adek skripsi serta terimakasih untuk segalanya.
8. Teman-teman kos "laris" terutama adek "wiwit" terima kasih buat semangat dan dukungannya, dewi, ires, dian, bella, lia ma ayu makasih atas dukungan kalian semua yang selalu menemani saat suka dan duka. Semoga persahabatan kita selama ±2 tahun dapat tetap terjaga.
9. Sahabat tercintaku sejak semester 1 hingga semester 7: ucup, ocol, bagus, zee, desi, lia, dan bella selalu membantu dan menghibur penulis, moga kita selalu rukun.
10. Teman-teman satu bimbingan skripsiku: dani tirta, umam, deny, yani, risna, sheria, arum, nadya,dsb makasih atas semua bantuan kalian—tetap kompak selalu dan semoga persahabatan kita yang telah terjalin tetap terjaga.
11. Motorku **H-2242-PH** dan motor yayang tercinta **AB-4009-GZ** yang selalu mengantarkanku ke manapun aku pergi.

12. Semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala bantuan dan kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis, Amin. Sekali lagi semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya bagi penulis sendiri, Amin.



Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, Februari 2008

Penulis,

Hendi Inda Karnia

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.....	xi
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Lampiran.....	xix
Abstrak.....	xx
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	5
1.3.Tujuan Penelitian	5
1.4.Manfaat Penelitian	6
1.5.Sistematika Penulisan.....	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Teknologi Telekomunikasi.....	8
2.2. Mobile Banking.....	10
2.3. Konsep Penerimaan Teknologi.....	13
2.4. Pengembangan Hipotesa.....	15
2.4.1. Kemanfaatan (Perceived usefulness).....	15
2.4.2. Kemudahan Penggunaan (Perceived ease of use).....	17
2.4.3. Personalisasi (Personalization).....	18
2.4.4. Aliansi jasa (Alliance services).....	18
2.4.5. Kefamiliaran tugas (Task Familiarity).....	19
2.4.6. Kemampuaksesan (Accessibility).....	21
2.4.7. Kualitas argumen (Argument quality).....	21
2.4.8. Kredibilitas sumber (Source credibility).....	22
2.4.9. Kompatibilitas (Compatibility).....	23
2.4.10. Keinovatifan Teknologi (Technological innovativeness)...	23
2.4.11. Kepercayaan (Trust).....	24
2.4.12. Pelatihan (Training).....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel.....	27
3.2. Sumber data dan Teknik Pengambilan.....	27

3.3. Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	28
3.4. Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesa.....	33
3.4.1. Uji Validitas.....	33
3.4.2. Uji Reabilitas.....	34
3.4.3. Model Penelitian.....	35
3.4.4. Pengujian Hipotesa.....	36
3.5. Metode Analisis Data.....	40
 BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN	
4.1. Hasil Pengumpulan Data.....	43
4.2. Deskripsi Responden.....	44
4.2.1 Berdasarkan Bank.....	44
4.2.2 Berdasarkan Usia.....	45
4.2.3 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
4.3. Uji Validitas.....	47
4.3.1. Variabel Penggunaan mobile (PI).....	48
4.3.2 Variabel Persepsi manfaat (PM)	49
4.3.3 Variabel Persepsi kemudahan penggunaan (PKP).....	50
4.3.4 Variabel Personalisasi (PS)	51
4.3.5 Variabel Aliansi jasa (AJ)	52
4.3.6 Variabel Kefamiliaran Tugas (KT).....	53

4.3.7	Variabel Kemampuan mengakses (KAK)	54
4.3.8	Variabel Kualitas argumen (KA).....	55
4.3.9	Variabel Kredibilitas sumber (KS)	56
4.3.10	Variabel Kompatibilitas (KM)	57
4.3.11	Variabel Keinovatifan teknologi (KIN).....	58
4.3.12	Variabel Kepercayaan (KP)	59
4.3.13	Variabel Pelatihan (TR).....	60
4.4.	Uji Reabilitas.....	61
4.5.	Uji Kebaikan Model.....	63
4.6.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	68
4.6.1.	Hipotesis I.....	73
4.6.2.	Hipotesis II.....	74
4.6.3.	Hipotesis III.....	74
4.6.4.	Hipotesis IV.....	75
4.6.5.	Hipotesis V.....	76
4.6.6.	Hipotesis VI.....	76
4.6.7.	Hipotesis VII.....	77
4.6.8.	Hipotesis VIII.....	78
4.6.9.	Hipotesa IX.....	79
4.6.10.	Hipotesa X.....	79
4.6.11.	hipotesa XI.....	80
4.6.12.	Hipotesa XII.....	81
4.6.13.	Hipotesa XIII.....	81

BAB V PENUTUP

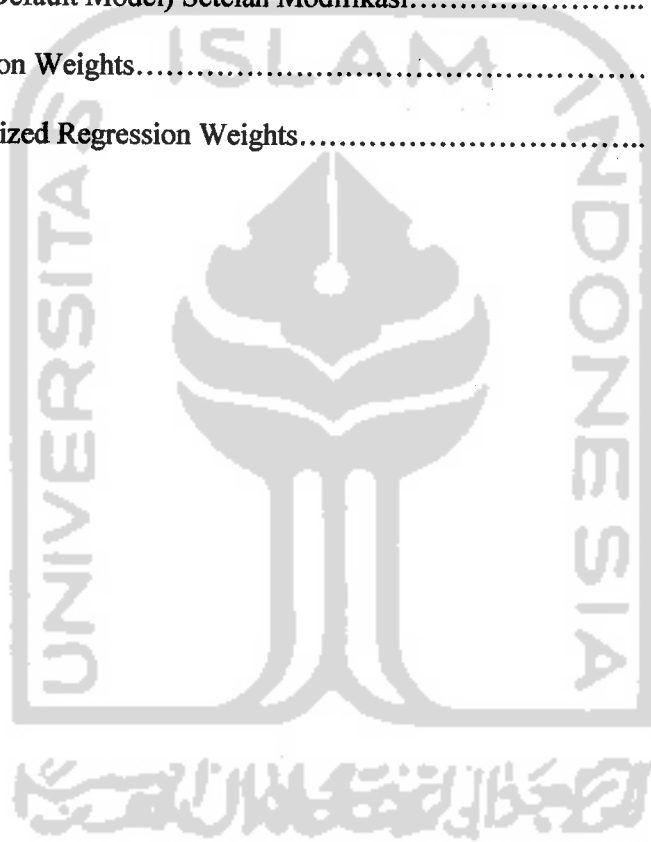
5.1.Kesimpulan.....	85
5.2.Implikasi Penelitian.....	86
5.3.Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel	-
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	44
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank.....	44
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	47
4.6 Regression Weights PI.....	49
4.7 Regression Weights PM.....	50
4.8 Regression Weights PKP.....	51
4.9 Regression Weights PS.....	52
4.10 Regression Weights AJ.....	53
4.11 Regression Weights KT.....	54
4.12 Regression Weights KAK.....	55
4.13 Regression Weights KA.....	56
4.14 Regression Weights KS.....	57
4.15 Regression Weights KM.....	58
4.16 Regression Weights KIN.....	59
4.17 Regression Weights KP.....	60
4.18 Regression Weights TR.....	61

4.12 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	62
4.13 Goodness of Fit Index Sebelum Modifikasi SEM.....	65
4.14 Goodness of Fit Index Setelah Modifikasi SEM.....	67
4.15 Result (Default Model) Setelah Modifikasi.....	67
4.16 Regression Weights.....	68
4.17 Standardized Regression Weights.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1	Model Penelitian.....	26
4.1	Pengukuran Konstruk Pengguna (PI).....	48
4.2	Pengukuran Konstruk Manfaat (PM).....	49
4.3	Pengukuran Konstruk Kemudahan Penggunaan (PKP).....	51
4.4	Pengukuran Konstruk Personalisasi (PS).....	52
4.5	Pengukuran Konstruk Aliansi Jasa (AJ).....	53
4.6	Pengukuran Konstruk Kefamiliaran Tugas (KT).....	54
4.7	Pengukuran Konstruk Kemampuan Mengakses (KAK).....	54
4.8	Pengukuran Konstruk Kualitas Argumen (KA).....	55
4.9	Pengukuran Konstruk Kredibilitas Sumber (KS).....	56
4.10	Pengukuran Konstruk Kompabilitas (KM).....	57
4.11	Pengukuran Konstruk Keinovasian Teknologi (KIN).....	58
4.12	Pengukuran Konstruk Kepercayaan (KP).....	59
4.13	Pengukuran Konstruk Pelatihan (TR).....	60
4.8	Path Diagram Sebelum Modifikasi.....	64
4.9	Path Diagram Setelah Modifikasi.....	66
4.10	Pengaruh antara Personalisasi, Jasa Aliansi, Keakraban Tugas Perbankan, Kemampuan Mengakses, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Sikap.....	7

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		
Lampiran 1	Instrumen Penelitian.....	9
Lampiran 2	Data Pengguna (PI).....	99
Lampiran 3	Data Manfaat (PM).....	103
Lampiran 4	Data Kemudahan Penggunaan (PKP).....	107
Lampiran 5	Data Konstruksi Personalisasi (PS).....	111
Lampiran 6	Data Aliansi Jasa (AJ).....	115
Lampiran 7	Data Kefamiliaran Tugas (KT).....	119
Lampiran 8	Data Kemampuan Mengakses (KAK).....	123
Lampiran 9	Data Kualitas Argumen (KA).....	127
Lampiran 10	Data Kredibilitas Sumber (KS).....	131
Lampiran 11	Data Kompatibilitas (KM).....	135
Lampiran 12	Data Keinovasian Teknologi (KIN).....	139
Lampiran 13	Data Kepercayaan (KP).....	147
Lampiran 14	Lampiran CFA.....	151
Lampiran 15	Lampiran Uji Reliabilitas.....	159
Lampiran 16	Lampiran SEM Sebelum Modifikasi.....	167

Abstraksi

Penelitian ini berjudul “ Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pengadopsian Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pengguna Mobile Banking di Semarang)” yang bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pengadopsian mobile banking di Semarang. Penelitian ini menggunakan TAM sebagai dasar penelitian dikarenakan TAM merupakan model yang paling banyak digunakan dalam berbagai penelitian mengenai proses adopsi teknologi informasi termasuk mobile banking terutama mengenai kesederhanaan dan kemampuan menjelaskan hubungan sebab akibat serta TAM memberikan kerangka dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan yang merupakan determinan utama perilaku adopsi.

Penelitian ini mengambil sampel dari pihak nasabah bank di kota Semarang yang sudah mengimplementasikan mobile banking dalam transaksi mereka. Metode pengambilan sampel dengan cara teknik aksidental yaitu berada pada waktu, situasi dan tempat yang tepat. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 115 kuesioner dengan rincian 10 kuesioner tidak sesuai dengan ketentuan dan 105 kuesioner dapat diolah. Pengujian dengan menggunakan AMOS versi 6,9.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa seluruh atribut pertanyaan dinyatakan valid dan reliable namun dalam pengujian hipotesa terdapat empat hipotesa yang tidak dapat dijelaskan atau dibuktikan melalui data yaitu: variable manfaat, kompatibilitas, keinovatifan teknologi, dan pelatihan yang tidak mendukung persepsi kemudahan penggunaan.

BAB I

PENDAHULUAN

I.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 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.

Perkembangan teknologi informasi (TI) menyebabkan makin pesatnya perkembangan jenis dan kompleksitas produk dan jasa bank. Dukungan TI (Teknologi Informasi) bagi industri perbankan merupakan sebuah keharusan. Tak terbayangkan jika saat ini industri perbankan bergerak tanpa dukungan TI yang memadai.

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 Almilialia, 2004).

Salah satu faktor penting yang mendorong nasabah mau menerima dan menggunakan mobile banking adalah 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 mobile banking maka tujuan layanan mobile banking sebagai sistem informasi perbankan yang bernilai tambah akan tercapai.

Beberapa peneliti pernah melakukan penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengadopsi mobile banking adalah

1. Hani Suryandari (2001) dengan judul “Aspek Demografi, Kepedulian terhadap Pelayanan PT TELKOM Area Work Group Yogyakarta “. Suryandari membagi aspek demografi menjadi lima bagian yaitu perbedaan usia, perbedaan jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan perbedaan penghasilan. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kepedulian terhadap pelayanan memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hanudin *et al.* (dalam Almilia, 2004) bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap kehadiran layanan SMS Banking ini menyimpulkan bahwa perilaku mahasiswa berbeda berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan, agama dan tempat sekolah ketika menerima layanan SMS Banking. Rendahnya tingkat pengertian atas manfaat SMS Banking, serta

tingkat pendidikan yang tinggi tidak bias dijadikan acuan untuk digunakannya layanan ini.

3. Almilia, (2004) Hasil penelitiannya dengan judul perspektif nasabah perbankan atas kehadiran SMS Banking dan WAP Banking sebagai sistem informasi perbankan yang bernilai tambah adalah layanan SMS Banking merupakan layanan yang aman untuk digunakan. Hal yang sama tidak dijumpai pada layanan WAP Banking dimana nasabah merasa tidak aman untuk menggunakannya.

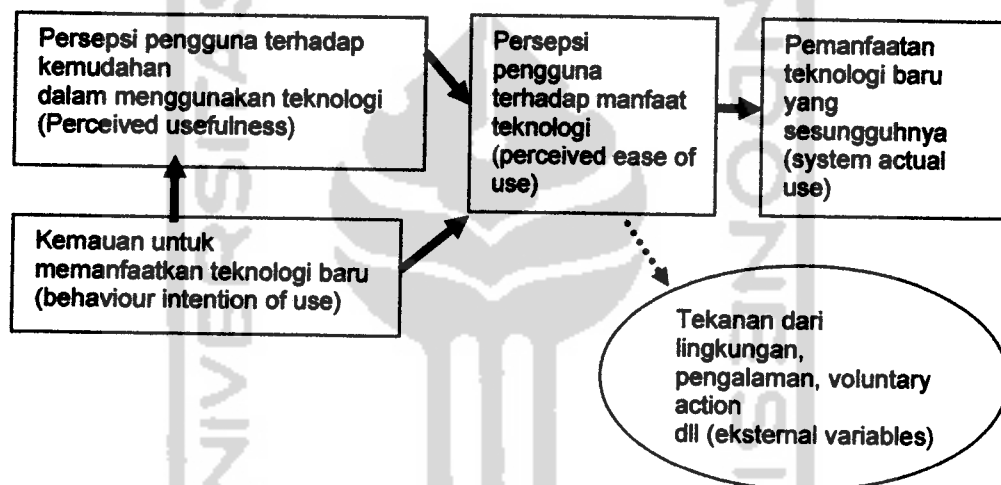
Dari penelitian-penelitian yang ada di atas dapat diketahui dengan jelas belum ada yang meneliti tentang faktor-faktor yang konsisten yang mempengaruhi konsumen untuk mengadopsi mobile banking secara keseluruhan. dikarenakan perbedaan jumlah variabel yang diujikan serta model yang digunakan untuk mengetahui proses adopsi teknologi informasi termasuk mobile banking.

Beberapa model dan teori telah digunakan dalam literatur sistem informasi untuk menjelaskan bagaimana individu dan organisasi mengadopsi teknologi baru. Teori dan model tersebut diantaranya yaitu Theory of Reason Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB), Social Cognitive Theory, Task-Technology Fit Theory, dan Technology Acceptance Model (TAM).

TAM adalah teori sistem informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan akan menggunakan sistem tersebut, khususnya dalam hal:

usefulness (pengguna yakin bahwa dengan menggunakan sistem ini akan meningkatkan kinerjanya), *ease of use* (di mana pengguna yakin bahwa menggunakan sistem ini akan membebaskannya dari kesulitan, dalam artian bahwa sistem ini mudah dalam penggunaannya). Kedua faktor tersebut mempengaruhi kemauan untuk memanfaatkan teknologi. Selanjutnya kemauan untuk memanfaatkan teknologi akan mempengaruhi penggunaan teknologi yang sesungguhnya. Secara sederhana TAM dapat digambarkan (Hadri, 2008)

Gambar 1. Konsep sederhana Technology Acceptance Model



TAM juga memasukan variabel eksternal sebagai anteseden pada variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Pada penelitian ini atribut teknologi digunakan sebagai anteseden kedua variabel utama TAM tersebut. Review literatur menunjukan bahwa karakteristik teknologi yang digunakan penelitian sebelumnya adalah keunggulan relatif, kompatibilitas dan kompleksitas (Tornatzky dan Klein, 1982); kompleksitas dan kendali (Marshal dan Rainer, 2003); personalisasi, aliansi jasa, kefamiliaran tugas dan kemampuaaksesan (Chau dan Lai, 2003); kualitas argumen dan kredibilitas sumber (Bhattacharjee dan

Sanford, 2006); dan keimplisitan teknologi dan kompatibilitas (Wei, 2006). Penelitian ini memfokuskan pada variabel eksternal model TAM dengan menggabungkan dan menguji atribut-atribut teknologi di atas sebagai anteseden variabel manfaat dan kemudahan penggunaan untuk membangun model adopsi mobile banking di Indonesia. Dengan memanipulasi variabel tersebut, manajer dapat memiliki kendali atas sikap para pengadopsi dan akhirnya terhadap sikap tetap menggunakan mobile banking.

Sehubungan dengan uraian di atas, maka penelitian ini dimaksudkan menghasilkan suatu model yang dapat mengidentifikasi karakteristik atau atribut-atribut yang digunakan para nasabah bank dalam mengadopsi teknologi mobile banking di Indonesia. Sehingga judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap pengadopsian Mobile Banking” (Studi Kasus Pada Pengguna Mobile Banking di Semarang)**

I.2 RUMUSAN MASALAH

Pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pengadopsian mobile banking di Semarang?”

I.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pengadopsian mobile banking di Semarang.

I.4 MANFAAT PENELITIAN

a. Bagi Manajer

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi manajer bank mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah untuk mengadopsi mobile banking sehingga diharapkan dapat meningkatkan meningkatkan efisiensi operasi kinerja bank, meningkatkan produktivitas, serta rencana strategik dalam rangka meningkatkan pangsa pasarnya.

b. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi nasabah terhadap jasa layanan mobile banking serta mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah menggunakan jasa layanan mobile banking.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur bidang penyusunan faktor-faktor yang mempengaruhi orang untuk menggunakan mobile banking bagi penelitian selanjutnya yang sejenis.

I.5 SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian. Disamping itu juga disertakan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai teknologi telekomunikasi, pengertian mobile banking, keuntungan mobile banking, konsep penerimaan teknologi, dan pengembangan Hipotesa

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai acuan analisis ilmiah dalam mewujudkan hasil penelitian yang mencakup: populasi dan sampel penelitian, sumber data dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan pengukuran, serta metode analisa data dan pengujian hipotesa.

BAB IV ANALISA DATA

Pada bab ini membahas mengenai deskripsi hasil penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan pembahasan hasil penelitian yang telah diuraikan, dianalisis hasil pengujian dan implikasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisi simpulan dari data penelitian yang telah dilakukan dan saran sehubungan dengan penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teknologi Telekomunikasi

Banyak perangkat teknologi digital telah berhasil menyingkirkan perangkat lama yang berbasis teknologi analog dari pasaran. Kualitas kemampuan teknologi digital memang jauh lebih unggul. Perkembangan teknologi yang sangat cepat terutama diperlihatkan oleh konvergensi teknologi informasi (TI) dengan telekomunikasi. Ponsel yang dilengkapi GPS, yang memanfaatkan sinyal satelit, bisa membantu pengendara mobil menjelajahi daerah yang tidak dikenalnya dan masih banyak lagi bentuk-bentuk konvergensi TI dan telekomunikasi yang telah dimanfaatkan di masyarakat.

Menurut M. Dimiyati Hartono (Usanti. *et al*, 2004) terdapat 2 (dua) sisi penting teknologi yang perlu diperhatikan yaitu penguasaan dan pemanfaatan. Penguasaan terkait dengan tingkatan penguasaan terhadap ukuran-ukuran tertinggi dalam bidang energi, kimia dan elektronika. Semakin tinggi penguasaan atas hal tersebut, semakin tinggi pula taraf penguasaan atas teknologi yang bisa dicapai. Sedang pemanfaatan dihadapkan pada permasalahan fundamental, yakni apakah teknologi untuk manusia atau manusia untuk teknologi. Konvergensi TI dan telekomunikasi telah dan akan memberikan peluang-peluang baru dalam bisnis. Bahkan bagi Indonesia, perkawinan TI dan telekomunikasi seluler memiliki akibat bisnis yang lebih besar dibandingkan dengan Internet. Ketika paruh kedua tahun 90-an bisnis di Internet (dotcom) mengalami perkembangan luar biasa, sebagian

kalangan bisnis di Indonesia juga memiliki harapan-harapan yang sama dengan yang ada di negara-negara maju. Maka, mulai dari tiruan Amazon sampai tiruan Yahoo bermunculan, pendirinya berharap bisa meraih sukses yang sama. Namun, sayangnya di Indonesia Internet ternyata merupakan media transaksi yang rawan kecurangan. Penggunaan kartu kredit orang lain, sampai pemalsuan identitas kerap terjadi (www.google.com).

Mobile banking atau transaksi perbankan melalui jaringan seluler tidak terganggu oleh masalah di atas. Penggunaan jaringan seluler untuk kepentingan transaksi komersial (mobile commerce) lebih aman, karena identitas pengguna lebih jelas, satu nomor ponsel hanya digunakan oleh satu orang. Sedangkan melalui Internet orang bisa mudah berganti-ganti komputer, sehingga identitasnya lebih sulit dilacak. Karena itulah mobile banking lebih sukses di tanah air. Di Indonesia, penggunaan SMS dapat dilihat pada tingginya tingkat pemakaian. Hasil temuan AMI (Asian Market Intelligence) mengungkap 84 persen pengguna ponsel menganggap SMS sebagai media komunikasi yang tidak mengganggu. Sekitar 68 persen pengguna ponsel menggunakan SMS untuk membina hubungan konsumen dan 60 persen membina dengan kolega (www.detik.com, 2002). Mobile banking membuka peluang bisnis yang lebih mudah bagi transaksi-transaksi kecil, karena pembayaran bisa dilakukan dengan pulsa. Pulsa ponsel telah menjadi mata uang dalam mobile banking apalagi cara penggunaan fasilitas perbankan ini pun cukup mudah. Nasabah cukup memencet tombol telepon selular dengan fasilitas SMS, semua transaksi seperti transfer dana antar rekening, informasi saldo terakhir, perincian transaksi terakhir, pembayaran tagihan bulanan, penempatan

deposito berjangka, isi ulang pulsa ponsel, informasi kurs dan suku bunga, serta produk lainnya akan terlayani dengan praktis. Hal ini telah membawa masing-masing individu untuk selalu berusaha mendapatkan berbagai macam kemudahan untuk mencukupi kebutuhannya.

2.2 Mobile Banking

Mobile Banking adalah salah satu direct electronic channel yang dimiliki oleh bank terkait yang disediakan untuk nasabah. Kode Verifikasi adalah nomor TIN (Telephone Identification Number) dan kode-kode rahasia lainnya yang diberikan oleh bank terkait yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi melalui layanan mobile banking. Layanan mobile banking adalah seluruh produk dan layanan dari perbankan, yang antara lain mencakup transaksi:

1. Memperoleh informasi saldo dan transaksi rekening
2. Memperoleh informasi suku bunga dan kurs
3. Melakukan transfer antar rekening
4. Melakukan transfer ke rekening bank-bank lain
5. Pemindahbukuan
6. Membayar tagihan telepon, telepon selular, listrik, kartu kredit, dll
7. Membeli voucher isi ulang telepon selular

Layanan Mobile banking memiliki beberapa pilihan cara transfer yang bisa disesuaikan dengan kemampuan ponsel dan kartu SIM yang digunakan, diantaranya :

1. Lewat SMS biasa (ketik SMS). Transaksi ini dilakukan lewat pesan SMS dengan kode tertentu ke nomor khusus yang sudah disediakan.
2. Lewat menu SIM Toolkit. Menu SIM Toolkit biasanya terdapat pada kartu SIM, misalnya : Satelindo@ccess, M3Access, Life in hand (ProXL), dan Navigator64 (Telkomsel).
3. Lewat aplikasi Java. Pengguna layanan ini harus menginstal terlebih dahulu aplikasi java yang disediakan secara gratis. Pengiriman transaksi ini juga dilakukan lewat SMS, hanya saja tidak lagi harus mengirimkan kode-kode tertentu atau singkatnya disederhanakan lewat aplikasi java. Untuk menikmati layanan ini diharuskan memiliki ponsel yang mendukung java.

Dari ketiga cara yang ditawarkan diatas, yang paling fleksibel dan bisa digunakan oleh semua ponsel dan kartu SIM yakni cara yang pertama. Tidak perlu memiliki SIM card khusus dan tidak perlu memiliki ponsel berteknologi java (Almilia, 2004)

Keuntungan mobile banking

Dengan adanya layanan mobile banking dalam dunia usaha perbankan, dengan sendirinya mobile banking memberikan keuntungan bagi pemakai layanan mobile banking (nasabah) dan pihak penyedia layanan (bank terkait). Berikut dijelaskan manfaat mobile banking bagi nasabah dan bagi bank.

Bagi Nasabah :

1. *Hemat waktu, tenaga dan biaya*, nasabah dapat mengontrol rekening mereka dan melakukan transaksi perbankan hanya dengan menggunakan ponsel nasabah tanpa harus datang ke bank. Sehingga nasabah seolah-olah memiliki ATM pribadi dalam genggaman yang setiap saat siap untuk dioperasikan.
2. *Dapat bertransaksi dimana saja*, nasabah dapat melakukan transaksi dimanapun mereka berada.
3. *Memberi kemudahan*, nasabah mendapat kemudahan dalam bertransaksi dengan memilih item-item langsung sesuai kebutuhan nasabah dalam satu alat komunikasi.
4. *Segi keamanan lebih terjamin*.

Bagi Bank :

1. mengurangi biaya operasi, biaya pertransaksi untuk internet paling murah dibanding dengan *delivery channel* yang lain.
2. *retain* atau *keep* nasabah bank yang menggunakan fasilitas internet banking agar tidak pindah ke bank lain yang mempunyai fasilitas tersebut.
3. bank tidak perlu membuka banyak cabang dan mesin ATM.
4. memiliki kemampuan untuk bersaing dengan bank-bank lainnya yang lebih besar didunia maya.

2.3 Konsep Penerimaan Teknologi

Persepsi Nasabah Perbankan akan m-banking

Berdasarkan pengembangan penelitian yang dilakukan oleh Jan Ondrus (dalam Almilia, 2004) menyangkut hal-hal yang mempengaruhi suksesnya sebuah transaksi melalui sebuah perangkat bergerak (mobile), serta melihat perilaku nasabah perbankan di Indonesia dan dari bermacam-macam persepsi yang mungkin timbul akibat beredarnya layanan mobile banking, dicoba dikelompokkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah, yakni sebagai berikut:

1. Keberadaan dan Penggunaan Layanan.

Penilaian pertama adalah ditinjau mengenai keberadaan mobile banking itu sendiri, apakah telah dikenal oleh nasabah perbankan. Hal ini berarti apakah pihak Bank telah memberikan sosialisasi yang cukup dalam memperkenalkan layanan mereka kepada para nasabah perbankan. Selanjutnya setelah dikenal oleh para nasabah perbankan, lalu digunakan untuk hal-hal yang sekiranya sering dilakukan melalui layanan mobile banking ini, yaitu : mengecek saldo, transfer dana, membayar tagihan, dan transaksi lainnya. Setiap nasabah perbankan antara satu dengan lainnya memiliki frekuensi penggunaan layanan mobile banking yang berbeda dalam satu bulan misalnya. Kelanjutan keberadaan layanan mobile banking menjadi bahan yang sangat menarik untuk diberitakan dan

diperbincangkan. Namun semua itu pasti terjawab, tinggal menunggu jawaban dari sang waktu. Tentunya hal ini juga bisa sedikit dipastikan apabila pihak bank penyelenggara sering memberikan inovasi-inovasi serta kemudahan-kemudahan untuk para nasabah perbankan.

2. Kenyamanan Penggunaan.

Apapun jenis layanan yang ditawarkan oleh pihak bank akan menjadi sia-sia apabila para nasabah perbankan merasa bahwa tidak cukup dirasakan unsur kenyamanan terhadap layanan tersebut. Hal ini bisa berarti kemudahan dalam penggunaan serta pengoperasian, kecepatan proses dan pada tampilan yang disuguhkan (apakah mudah untuk dimengerti dan diikuti) juga sangat turut mendukung hadirnya sebuah kenyamanan dalam penggunaan. Para nasabah pastinya tidak akan memaksakan untuk menggunakan suatu layanan yang disediakan oleh pihak bank apabila mereka tidak menemukan kenyamanan dalam penggunaannya.

3. Keterjangkauan Tarip.

Untuk urusan yang satu ini, dilihat dari stereotype para nasabah perbankan di Indonesia, umumnya menginginkan sebuah layanan yang menjanjikan sebuah kemudahan serta didukung dengan pemberian tarip yang murah atasnya.

4. Tingkat Keamanan.

Setelah semua unsur tersebut diatas terpenuhi oleh pihak Bank penyelenggara, satu yang tidak bisa lepas yaitu unsur keamanan. Para nasabah perbankan pastinya tidak ingin apabila misalnya setelah menggunakan layanan WAP Banking, nomor rekening mereka diketahui dan digunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab. Kerahasiaan data-data yang dikirim dan diterima pastinya sangat diinginkan oleh para nasabah perbankan.

2.4 Pengembangan Hipotesa

Seperti diuraikan pada bagain sebelumnya, penelitian ini memodifikasi dan mengembangkan Technology Acceptance Model (TAM). Atas dasar modifikasi model pada gambar 2, pengembangan hipotesa diuraikan sebagai berikut:

Kemanfaatan yang dipersepsikan (*Perceived usefulness*)

Davis.F.D (1989); Adam.et.al (1992) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa kemanfaatan dari penggunaan komputer dapat meningkatkan kinerja, prestasi kerja orang yang menggunakannya (Thompson.et.al (1991;1994)). Menurut Chin dan Todd (1995) kemanfaatan dapat

dibagi kedalam dua kategori, yaitu (1) Kemanfaatan dengan estimasi satu faktor, dan (2) kemanfaatan dengan estimasi dua faktor (kemanfaatan dan efektifitas).

Kemanfaatan dengan estimasi satu faktor meliputi dimensi;

1. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*)
2. Bermanfaat (*usefull*)
3. Menambah produktifitas (*Increase productivity*)
4. Mempertinggi efektifitas (*enchance efectiveness*)
5. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*)

Kemanfaatan dengan estimasi dua faktor oleh Chin dan Todd (1995) dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kemanfaatan dan efektifitas, dengan dimensi-dimensi masing-masing yang dikelompokkan sebagai berikut:

1. Kemanfaatan meliputi dimensi : (1) menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), (2) Bermanfaat (*usefull*), (3) Menambah produktifitas (*Increase productivity*).
2. Efektifitas meliputi dimensi : (1) mempertinggi efektifitas (*enchance my effectiveness*), (2) mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve my job performance*).

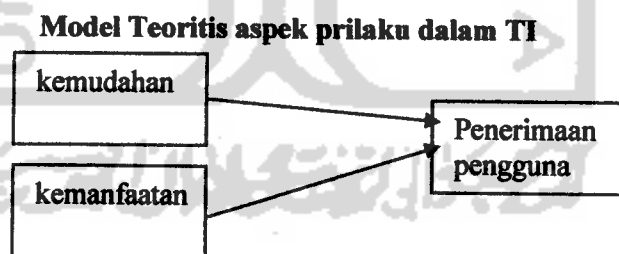
Berdasarkan beberapa definisi dan telaah literatur diatas dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan penggunaan TI dapat diketahui dari kepercayaan pengguna TI dalam memutuskan penerimaan TI, dengan satu kepercayaan bahwa penggunaan TI tersebut memberikan kontribusi positif bagi penggunanya.

H₁: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking

Kemudahan Penggunaan yang dipersepsikan (*Perceived ease of use*)

Davis, F.D (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Berdasarkan definisi diatas dijelaskan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari komputer. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan TI bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan TI (secara manual).

Berdasarkan telaah teoritis dan hasil-hasil pengujian empiris diatas, dapat disimpulkan bahwa penerimaan penggunaan TI juga turut dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan TI, ini merupakan refleksi psikologis pengguna yang lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang sesuai dengan apa yang dipahaminya dengan mudah. Kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menerima menggunakan TI. Model Teoritis Davis 1989 dapat digambarkan pada gambar 1 berikut ini (Hadri, 2008) :



H₂: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking

H₃: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Personalisasi (Personalization)

Personalisasi didefinisikan sebagai suatu tingkatan di mana para nasabah mengoperasikan (customize) mobile sesuai dengan keinginannya seperti memilih informasi dan isi informasi yang disajikan. Dengan kata lain keberadaan mobile banking mendukung personalisasi dalam bentuk teknologi penelusuran konsumen yang dapat mengidentifikasi pembeli individual, dan kaya informasi produk yang menyediakan para pengguna untuk melakukan personalisasi yang efektif

Dalam konteks mobile banking, layanan dalam ponsel mendorong bank-bank untuk menyediakan informasi atau isi informasi yang dapat mendidik dan melakukan penjualan silang (cross-selling) sambil menguatkan hubungan jangka panjang antara bank dan para konsumennya. Personalisasi dapat menawarkan banyak kemudahan kepada konsumen dan diyakini meningkatkan persepsi manfaat jasa bagi para nasabah. Bagi pihak bank personalisasi yang dinamis dan kustomisasi menggambarkan kapanpun dan dimanapun hubungan terbangun. Bagi pihak nasabah mobile banking kapanpun dan dimanapun bank (Rubin, 1998). Dengan mobile banking, para nasabah tidak perlu setiap waktu menginformasikan pada pihak bank keperluan dan preferensinya. Karenanya, personalisasi berdampak positif terhadap persepsi kegunaan. Hipotesa yang diuji adalah:

H₄: Personalisasi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Aliansi jasa (Alliance services)

Jasa aliansi berarti tingkatan jasa-jasa antarorganisasi yang ditawarkan kepada para nasabah melalui kerja sama (aliansi) diantara jasa-jasa pelayanan yang disediakan oleh berbagai organisasi. Melalui aliansi dengan organisasi lain, seperangkat jasa pelayanan baru yang menembus (transcending) batas-batas organisasi dapat ditawarkan kepada para pengguna. Layanan mobile banking menjadi salah satu platform yang berupa biaya rendah dan ubiquitous dalam mengimplentasikan sistem. Dengan jasa yang ditawarkan mobile banking sebagai hasil kerjasama dengan beberapa operator telepon seluler, memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara real-time melalui telepon selular. Jenis layanan perbankan yang dapat dinikmati nasabah melalui ponsel pada layanan mobile banking itu meliputi informasi mata uang asing, transfer dana antar rekening dan saldo rekening secara online. Keuntungan lain dari layanan terbaru ini bagi nasabah yakni mereka dengan mudah melakukan transaksi perbankan melalui handphone di mana pun berada baik di luar kantor dan di luar negeri.

Sehingga dengan adanya jasa-jasa aliansi, para nasabah dapat menyelesaikan semua tugasnya secara bersamaan (one stop) tanpa harus mengunjungi para counterpartnya secara fisik. Karenanya, jasa aliansi akan memberikan manfaat bagi para nasabah.

H₅: Jasa aliansi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Kefamiliaran tugas (Task Familiarity)

Dalam konteks adopsi teknologi informasi, kefamiliaran tugas menggambarkan suatu tingkatan nonvariabelitas dan kepastian aktivitas yang

diperlukan para pengguna untuk menyelesaikan tugas dan aktivitas bila menggunakan teknologi. Bila terdapat suatu kecocokan (match) terhadap tugas-tugas yang dilakukan melalui mobile banking dan melalui sistem yang sedang berjalan, para nasabah bisa menghemat waktu dalam menterjemahkan kegiatan-kegiatan tugas pada dua sistem tersebut dan karenanya mendorong persepsi manfaat mobile banking. Dengan kata lain, semakin familiar dengan dengan tugas yang dilakukan, semakin tinggi kemungkinan para nasabah menggunakan sistem karena semakin sedikit atau mungkin tidak ada usaha pembelajaran yang diperlukan.

H₆: Kefamiliaran tugas berhubungan positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Seperti diuraikan di atas kefamiliaran mencerminkan tingkatan nonvariabelitas dan kepastian aktivitas yang diperlukan para pengguna untuk menyelesaikan tugas dan aktivitas dengan menggunakan teknologi. Bila nonvariabelitas dan kepastian aktivitas tinggi, pekerjaan yang dilakukan cenderung lebih terstruktur dan bisa diprediksikan, dan persyaratan pemrosesan informasi cenderung apa adanya (minimal). Sebaliknya, meningkatnya ketidakpastian dan variabelitas tugas, permasalahan yang dihadapi pengguna lebih tidak terstruktur, dan penilaian kejadian dan spesifikasi prosedur dan aturan yang tepat menjadi lebih sulit, karenanya sistem informasi dikatakan sulit menjalankan tugas (Kim dan Umanath, 1993). Dalam kontek mobile banking, walaupun tampilan layanan dikembangkan untuk menyediakan para nasabah dengan operasi yang mudah (effortless), beberapa pengguna mungkin masih bisa frustrasi karena

ketidakfamiliaran untuk melakukan tugas dengan lingkungan baru. Mengikuti argumen kefamiliran, apakah para nasabah mempersepsikan tugas menjadi familiar mungkin berdampak positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Oleh karena itu, hipotesis yang diuji adalah:

H₇: Kefamiliaran tugas berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking

Kemampuaaksesan (Accessibility)

Seperti disarankan oleh Karahanna dan Straub (1999) kemampuaaksesan mungkin berpengaruh terhadap kemudahan penggunaan. Menurut Karahanna dan Straub (1999) semakin mudah suatu sistem informasi diakses, semakin sedikit usaha yang diperlukan untuk menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks mobile banking, kemampuaaksesan tidak hanya berkaitan kemampuan menggunakan sistem tetapi juga kemampuaaksesan. Oleh karena itu, hipotesis yang diuji adalah:

H₈: Kemampuan akses berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking

Kualitas argumen (Argument quality)

Kualitas argumen diartikan sebagai kekuatan argumen dalam membujuk dan melekat dalam suatu pesan (Bhattacharjee dan Sanford, 2006). Menurut Petty et al. (1996) kualitas argumen mengacu pada persepsi individu bahwa pesan argumen adalah kuat dan meyakinkan. Petty et al juga berargumen bahwa bujukan dipengaruhi oleh beberapa faktor termasuk kualitas argumen. Dalam konteks

mobile banking, kualitas argumen berhubungan pada kekuatan bujukan yang ditanamkan melalui fitur-fitur yang tersedia didalam ponsel (mobile). Semakin berkualitas argumen, misalnya fitur yang menarik, informatif, bernilai dan membantu para pengunjung, maka para nasabah akan semakin mempresepsikan bahwa sistem tersebut bermanfaat, sehingga akan mendorong para nasabah tersebut tetap menggunakan sistem tersebut. Dengan demikian hipotesis yang akan diuji adalah:

H₉: Kualitas argumen berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Kredibilitas sumber (Source credibility)

Kredibilitas sumber didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana para pengguna teknologi mendapatkan informasi dari pihak-pihak yang dapat dipercaya, kompeten, berpengalaman dan memahami teknologi tersebut (Bhattachherjee dan Sanford, 2006). Pemberi informasi tersebut dapat berupa pengembang teknologi, pengguna sebelumnya, atau ahli teknologi lainnya. Dalam konteks mobile banking para nasabah cenderung enggan bertransaksi melalui ponsel sebelum mereka mendapatkan informasi atau direkomendasi dari sumber yang bisa dipercaya. Di samping itu, para nasabah mungkin sulit mengikuti kecepatan perubahan teknologi dalam industri perbankan. Mereka seringkali percaya pada nasihat tenaga ahli untuk mempelajari teknologi terbaru dan terbaik (Bhattachherjee dan Sanford, 2006). Hipotesis yang akan diuji adalah:

H₁₀: Kredibilitas sumber berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Kompatibilitas (Compatibility)

Kompatibilitas didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang mempersepsikan penggunaan teknologi konsisten atau sesuai dengan praktek-praktek pekerjaannya (Galantone, Griffith dan Yalcinkaya, 2006). Kompatibilitas diidentifikasi sebagai salah satu determinan dalam adopsi teknologi. Karenanya ketidaksesuaian suatu sistem akan dianggap oleh para nasabah sebagai sistem yang sulit untuk digunakan. Di samping itu, meningkatnya kompatibilitas berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking yang berupa misalnya penurunan biaya dan waktu yang diperlukan untuk mengimplementasikan lebih cepat. Hipotesis yang akan diuji adalah:

H₁₁ : Kompatibilitas berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.

H₁₂ : Kompatibilitas berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking

Keinovatifan Teknologi (Technological innovativeness)

Keinovatifan teknologi didefinisikan sebagai anggapan atau kecenderungan seseorang terhadap nilai teknologi baru dibandingkan dengan teknologi yang sedang berjalan. Teknologi-teknologi maju yang mendorong produktifitas juga menghasilkan manfaat bagi perusahaan. Sebagai contoh, bila para nasabah yakin bahwa mobile banking dapat mendorong peningkatan kinerja mereka, mereka akan memanfaatkan sistem tersebut semaksimal mungkin untuk

meningkatkan produktifitas. Disamping itu dengan inovasi dan teknologi baru seharusnya juga lebih mudah menggunkannya bila dibandingkan dengan teknologi yang sedang berjalan. Inovasi dan teknologi baru bisa mengatasi kesulitan penggunaan teknologi sebelumnya. Hipotesis yang akan diuji adalah

H₁₃: Keinovatifan teknologi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.

H₁₄: Keinovatifan teknologi berpengaruh positif terhadap terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan adalah sekumpulan keyakinan yang dipegang oleh para pelanggan terhadap khararkteristik bank dan kemungkinan perilaku konsumen bank di masa datang. Dua dimensi kepercayaan yang digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya yaitu keaman dan privasi. Pentingnya keamanan dan privasi dalam menggunakan mobile banking juga telah banyak disinggung pada penelitian-penelitian perbankan. Keamanan dan privasi dianggap sebagai penghalang utama dalam mengadopsi teknologi mobile (Sathye, 1999).

Ketika jumlah produk dan jasa ditawarkan melalui mobile tumbuh secara cepat, para nasabah sangat memperhatikan isu keamanan dan privasi. Secara umum para nasabah tidak bersedia memberikan informasi privasi mereka. Dengan demikian semakin banyak informasi privasi yang diperlukan dalam bertransaksi melalui mobile banking, maka semakin tinggi kemungkinan mereka menolak pengadopsian mobile banking, bertransaksi dengan mobile kurang memberikan

kemudahan. Hal yang sama, semakin kurang terjamin keamanan bertransaksi melalui mobile, para nasabah enggan memanfaatkan sistem tersebut. Hipotesis yang akan diuji adalah:

H₁₅: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.

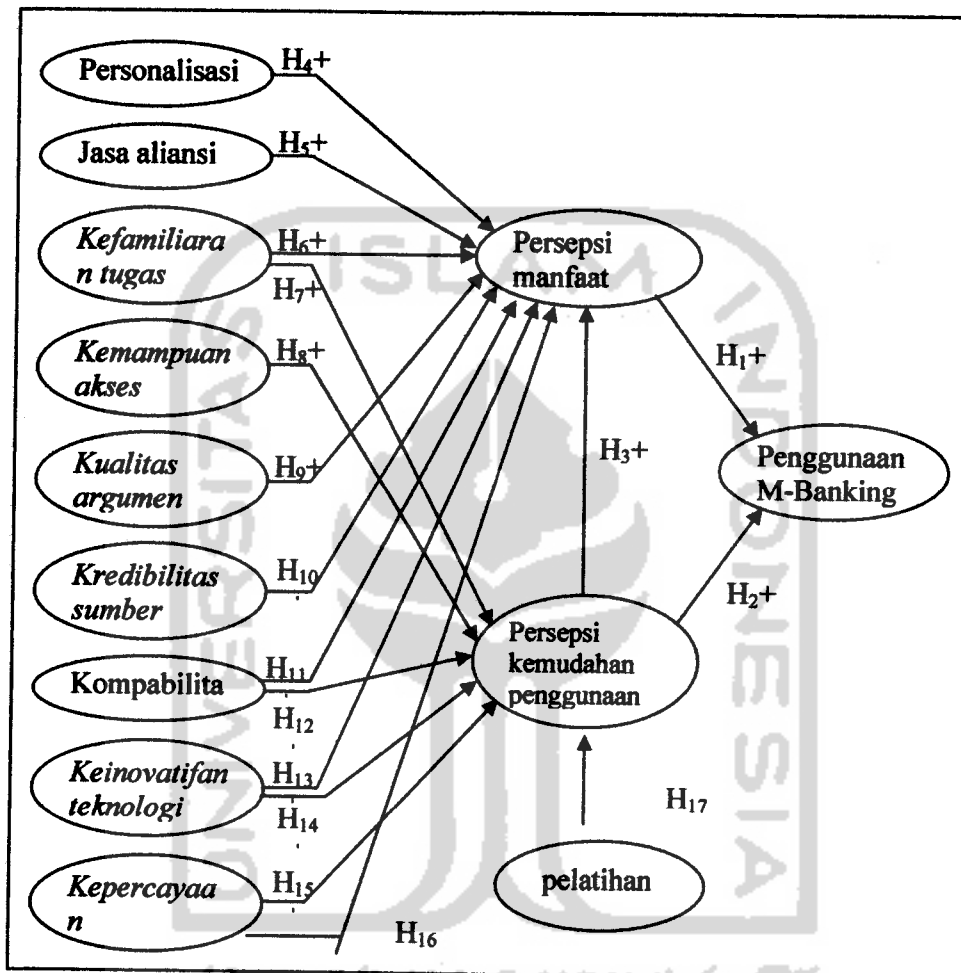
H₁₆: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking.

Pelatihan (Training)

Pelatihan merupakan hal yang penting untuk memberikan latar belakang yang umum untuk mendekatkan pemakai dengan penggunaan teknologi seluler secara umum, proses dari pengembangan sistem, dan untuk membantu pemakai lebih efektif dengan pengembangan sistem yang lebih spesifik (Guimaraes, Staples, dan McKeen, 2003). Pemakai yang terlatih dan berpengalaman berpengaruh terhadap kemudahan penggunaan sistem informasi. Semakin banyak pelatihan maka akan semakin memudahkan menggunakan suatu sistem informasi seperti mobile banking sehingga diharapkan akan tercipta suatu kemampuan fungsi dan sistem yang berkualitas tinggi. Hipotesis yang akan diuji adalah:

H₁₇: Pelatihan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking.

Gambar 2 Model pengembangan hipotesa



Sumber : Data Primer yang diolah, 2008

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, obyek, transaksi atau kejadian dimana peneliti tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi obyek penelitian (Kuncoro, 2001). Target populasi dalam penelitian ini adalah semua individu yang menggunakan mobile banking dalam bertransaksi. Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi (Kuncoro, 2001) dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna mobile banking di Semarang.

Dipilihnya responden nasabah bank dalam penelitian ini karena nasabah bank diasumsikan selalu membutuhkan teknologi sistem informasi seperti mobile banking untuk mempermudah aktivitas yang berhubungan dengan layanan perbankan.

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Sampel

Data yang digunakan adalah data primer yaitu data langsung yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian. Teknik penarikan sample pada penelitian kali ini adalah dengan menggunakan teknik Aksidental didasarkan pada kemudahan (*convenience*) dimana sampel dapat terpilih karena berada pada waktu, situasi dan tempat yang tepat Data diambil dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada nasabah

yang telah menggunakan mobile banking. Kuisisioner adalah sekumpulan daftar pertanyaan tertulis yang akan diisi oleh responden secara langsung berkaitan dengan informasi dan masalah yang ada dalam penelitian ini. Jumlah kuisisioner yang bisa diproses paling tidak sebanyak 100, karena pengujian hipotesa pada penelitian ini menggunakan Simultaneous Equation Model (SEM) (Hair et al, 2006).

Pada setiap responden diminta untuk memberikan penilaian atas pertanyaan yang diajukan dengan pilihan jawaban dengan skala interval dari skor/skala 1 sampai dengan skor/skala 6 dari misalnya sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan replikasi berbagai penelitian yang berhubungan dengan layanan mobile banking dengan memodifikasi dan mengembangkan Technology Acceptance Model (TAM). Pengukuran variabel-variabel tersebut nantinya akan ditentukan berdasarkan item-item pertanyaan yang telah disediakan dalam kuisisioner yang didukung dengan skala likert. Variabel yang diteliti terdiri dari 13 (tiga belas) variabel yang diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Variabel Penggunaan mobile

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak intensif hingga sangat intensif. 4

item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: seberapa intensifkah penggunaan mobile banking dalam bertransaksi dalam sehari, banyaknya bertransaksi dalam sehari, tingkat penggunaan untuk berbagai transaksi, serta tingkat menggunakan layanan yang berbeda-beda untuk menunjang bisnis.

2) Variabel Persepsi manfaat (PM)/ (*Perceived usefulness*)

Diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 5 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: mobile banking berhubungan dengan peningkatan kinerja pekerjaan, mempercepat pekerjaan, mempermudah pekerjaan, meningkatkan kualitas pekerjaan, serta meningkatkan efektifitas pekerjaan.

3) Variabel Persepsi kemudahan penggunaan (PKP)/ (*Perceived ease of use*)

Diukur dengan menggunakan 7 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 7 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: jarang mengalami kebingungan bila menggunakan mobile banking secara keseluruhan, mobile banking mudah digunakan, jarang memerlukan pertolongan bila menggunakan mobile banking, tidak kesulitan menggunakan mobile banking, belajar mengoperasikan mobile banking mudah, mudah untuk

menjadi mahir menggunakan mobile banking, tidak melakukan kesalahan-kesalahan berkelanjutan ketika menggunakan mobile banking.

4) Variabel Personalisasi (PS)/ (*Personalization*)

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 4 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: tampilan informasi yang ada di *web site*, pilihan dari informasi tersebut, penyampaian pesan personal dan pola akses serta penawaran produk dan jasanya

5) Variabel Aliansi jasa (AJ)/ (*Alliance services*)

Diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 3 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: kolaborasi mobile banking atas integrasi layanan dengan organisasi lain, ketentuan *one-stop services* atau penyediaan semua layanan serta perluasan dan dideferensiasi melalui sistem integrasi bank dengan pihak lain dalam mobile

6) Variabel Kefamiliaran Tugas (KT)/ (*Task Familiarity*)

Diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 3 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: cara menyelesaikan tugas

perbankan, Langkah-langkah layanan yang mudah dimengerti dan diikuti, serta kenyataan praktek penyelesaian tugas perbankan

7) Variabel Kemampuaksesan (KAK)/ (*Accessibility*)

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 4 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: penggunaan mobile banking setiap saat, dimanapun nasabah berada, cepat dan bisa dipercaya.

8) Variabel Kualitas argumen (KA)/ (*Argument quality*)

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 4 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: informasi yang tersedia melalui layanan mobile banking sangat informatif (*Informative*), berdaya nilai (*Valuable*), membantu (*Helpful*), dan membujuk (*persuasive*) dalam bertransaksi.

9) Variabel Kredibilitas sumber (KS)/ (*Source credibility*)

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 4 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: karakteristik orang, pihak atau konsultan yang mendorong untuk menggunakan mobile banking

adalah berpengetahuan luas di bidang mobile banking, bisa dipercaya, sangat ahli di bidang mobile banking, sangat meyakinkan.

10) Variabel Kompatibilitas (KM)/ (*Compatibility*)

Diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 3 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: mobile banking dapat digunakan dengan sistem yang sedang berjalan pada perusahaan, mobile banking sesuai dengan proses bisnis yang sedang perusahaan gunakan, mobile banking cocok dengan lingkungan bisnis.

11) Variabel Keinovatifan teknologi (KIN)/ (*Technological innovativeness*)

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 4 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: nilai lebih maju ketika menggunakan mobile banking, adopsi sistem yang paling baru, penggunaan peralatan terkini, adopsi software mobile banking yang terbaru

12) Variabel Kepercayaan (KP)/ (*Trust*)

Diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 5 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: tidak khawatir

memberikan informasi keuangan bila bertransaksi melalui mobile, Bank memiliki pengendalian cukup untuk melindungi data pribadi dan keuangan nasabah, tidak khawatir memberikan informasi personal bila bertransaksi melalui Mobile Banking, Keamanan terjamin, serta pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan nasabah saat bertransaksi.

13) Variabel Pelatihan (TR)/ (Training)

Diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan. Masing-masing item pertanyaan dalam variabel ini akan diukur dengan menggunakan enam poin skala likert mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. 5 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: pelatihan (*training*) mobile banking melalui di bangku kuliah, diberikan oleh pihak independent atau konsultan luar , diberikan oleh pihak bank , dengan menggunakan buku pedoman dari bank, atau dengan menggunakan paket tutorial dari bank.

3.4 Metode Analisa Data dan Pengujian Hipotesa

3.4.1 Uji Validitas

Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Oleh karena itu, esensi dari validitas adalah akurasi. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) untuk menaksir validasi setiap item pertanyaan. Varian yang didasarkan pada pendekatan PLS lebih sering

digunakan karena PLS tidak mengharuskan pembebanan sampel dan merupakan distribusi bebas.

Skala validasi diproses dalam dua tahap: analisis validasi konvergen dan analisis validasi diskriminan. Validasi konvergen diuji dengan menggunakan tiga kriteria yang disarankan Fornell dan Larck (1981) yaitu:

1. Semua item faktor *loading* harus signifikan dan bernilai $>0,70$
2. Gabungan reliability (ρ_c) $> 0,80$
3. *Average variance extracted* (AVE) >0.50 atau square root dari AVE harus > 0.71

Validasi diskriminan antar variabel ditaksir masih menggunakan rujukan Fornell dan Lacker (1981), yaitu *square root* dari AVE untuk tiap variabel harus melebihi korelasi diantara variabel.

3.4.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran terhadap konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Teknik pengujian dalam penelitian ini adalah teknik analisa dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan reabilitas, konsistensi internal dan homogenitas antar butir dalam variabel yang diteliti. Instrumen yang dipakai dalam variabel itu dikatakan handal apabila memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.60 (Santoso, 2000).

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.

3.4.3 Model Penelitian

Model penelitian seperti pada Gambar 2 akan dianalisa dengan teknik menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan software AMOS. Pendekatan SEM merupakan sekumpulan teknik-teknik statistikal yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif kompleks secara simultan. Hubungan yang kompleks tersebut dibangun antara satu atau lebih variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Masing-masing variabel dependen dan independen dapat berbentuk faktor atau konstruk yang dibangun dari berbagai indikator. SEM mengestimasi beberapa persamaan regresi berganda secara bersamaan dan berisi beberapa teknik statistik yang dapat digunakan pada model-model teoritis. Dari Gambar 2, persamaan regresi berganda disusun sebagai berikut:

$$PI = \alpha_1 + \beta_1 PM + \beta_2 PKP + \varepsilon_1 \dots\dots\dots 3.1$$

$$PM = \alpha_2 + \beta_3 PKP + \beta_4 PS + \beta_5 JA + \beta_6 KT + \beta_9 KA + \\ \beta_{10} KS + \beta_{11} KM + \beta_{13} KIN + \beta_{16} KY + \varepsilon_2 \dots\dots\dots 3.2$$

$$PKP = \alpha_3 + \beta_7 KT + \beta_8 KAK + \beta_{11} KM + \beta_{14} KIN + \beta_{15} KY + \beta_{17} KY + \varepsilon_3 \dots\dots 3.3$$

Dimana:

- PI : Penggunaan mobile
 PM : Persepsi manfaat
 PKP : Persepsi kemudahan penggunaan
 PS : Personalisasi
 AJ : Aliansi jasa
 KT : Kefamiliaran tugas
 KAK : Kemampuaksesan
 KA : Kualitas argumen
 KS : Kredibilitas sumber
 KM : Kompatibilitas
 KIN : Keinovatifan teknologi
 KP : Kepercayaan
 TR : Training

3.4.4 Pengujian Hipotesa

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya, serta mengacu pada hipotesis teori, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a) yang kemudian akan dilakukan pengujian atas Hipotesis Nol (H_0) tersebut untuk membuktikan apakah Hipotesis Nol (H_0)

tersebut ditolak atau gagal ditolak. Hipotesis tersebut dapat dinotasikan sebagai berikut :

- $H_{o1} : \beta_1 \leq 0$; Persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking.
- $H_{a1} : \beta_1 > 0$; Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking.
- $H_{o2} : \beta_2 \leq 0$; Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking.
- $H_{a2} : \beta_2 > 0$; Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking.
- $H_{o3} : \beta_3 \leq 0$; Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.
- $H_{a3} : \beta_3 > 0$; Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.
- $H_{o4} : \beta_4 \leq 0$; Personalisasi tidak berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.
- $H_{a4} : \beta_4 > 0$; Personalisasi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.
- $H_{o5} : \beta_5 \leq 0$; Jasa aliansi tidak berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking .
- $H_{a5} : \beta_5 > 0$; Jasa aliansi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking .

- $H_{o6} : \beta_6 \leq 0$; Kefamiliaran tugas tidak berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.
- $H_{a6} : \beta_6 > 0$; Kefamiliaran tugas berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.
- $H_{o7} : \beta_7 \leq 0$; Kefamiliaran tugas tidak berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan.
- $H_{a7} : \beta_7 > 0$; Kefamiliaran tugas berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan.
- $H_{o8} : \beta_8 \leq 0$; Kemampuan akses tidak berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking.
- $H_{a8} : \beta_8 > 0$; Kemampuan akses berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking.
- $H_{o9} : \beta_9 \leq 0$; Kualitas argumen tidak berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.
- $H_{a9} : \beta_9 > 0$; Kualitas argumen berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.
- $H_{o10} : \beta_{10} \leq 0$; Kredibilitas sumber tidak berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking .
- $H_{a10} : \beta_{10} > 0$; Kredibilitas sumber berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.
- $H_{o11} : \beta_{11} \leq 0$; Kompatibilitas tidak berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking .

- $H_{a11} : \beta_{11} > 0$; Kompatibilitas berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking .
- $H_{o12} : \beta_{12} \leq 0$; Kompatibilitas tidak berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking .
- $H_{a12} : \beta_{12} > 0$; Kompatibilitas berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking .
- $H_{o13} : \beta_{13} \leq 0$; Keinovatifan teknologi tidak berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking .
- $H_{a13} : \beta_{13} > 0$; Keinovatifan teknologi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking .
- $H_{o14} : \beta_{14} \leq 0$; Keinovatifan teknologi tidak berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan.
- $H_{a14} : \beta_{14} > 0$; Keinovatifan teknologi berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan.
- $H_{o15} : \beta_{15} \leq 0$; Kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.
- $H_{a15} : \beta_{15} > 0$; Kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking.
- $H_{o16} : \beta_{16} \leq 0$; Kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking.
- $H_{a16} : \beta_{16} > 0$; Kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking.

$H_{o17} : \beta_{17} \leq 0$; Pelatihan tidak berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking.

$H_{a17} : \beta_{17} > 0$; Pelatihan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking.

3.4.5 Metode Analisa Data

Pada penelitian ini digunakan 2 pengolahan data yaitu analisa yang bersifat deskriptif dan analisa yang bersifat analitik. Analisa yang berkaitan dengan penjelasan berbagai perilaku variabel dilakukan dengan analisis deskriptif berdasarkan pada berbagai teori dan pendekatan yang relevan. Sedangkan analisa yang memiliki keterkaitan antara berbagai variabel dilakukan dengan pendekatan uji statistik berupa analisa persamaan simultan (*Simultaneous Equation Model*, SEM). Pendekatan SEM merupakan sekumpulan teknik-teknik statistikal yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif kompleks secara simultan. Hubungan yang kompleks tersebut dibangun antara satu atau lebih variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Masing-masing variabel dependen dan independen dapat berbentuk faktor atau konstruk yang dibangun dari berbagai indikator. Setiap koefisien regresi pada persamaan tersebut dilakukan uji t satu sisi sesuai mengikuti arah hubungan pada kajian teori. Selain itu juga dilakukan uji model secara keseluruhan dengan mengikuti persyaratan SEM. Di samping itu, data tersebut juga dilakukan uji validitas dan reliabilitasnya.

Selanjutnya data diolah dengan menggunakan rumus-rumus atau aturan-aturan yang ada, sesuai dengan model penelitian pada Gambar 2. Untuk mengestimasi model pada gambar 2 tersebut, teknik estimasi yang akan digunakan adalah *generalized Least Square Estimation*. Teknik estimasi ini sangat cocok untuk jumlah sampel 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. χ^2 -*Chi-Square-Statistic*. Alat yang paling umum untuk mengukur *overall fit* adalah *chi-square statistic*. Model yang dikategorikan baik harus mempunyai nilai *chi-square* yang kecil (karena dalam uji beda *chi-square*, $\chi^2=0$, berarti benar-benar tidak ada perbedaan, H_0 diterima) dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $\alpha > 0.05$ atau $\alpha > 0.10$. Model penyesuaian yang baik bisa ditunjukkan ketika rasio χ^2 dengan tingkat kebebasannya kurang dari 2 (Tabachnick dan Fidell, 1996).
2. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)* untuk mengkompensasi *Chi-square statistic* dalam sampel besar. Nilai $RMSEA \leq 0.08$ merupakan indeks yang baik untuk menerima kesesuaian sebuah model. RMSEA merupakan indeks pengukuran yang tidak dipengaruhi oleh besarnya sampel sehingga biasanya indeks ini digunakan untuk mengukur *fit model* pada jumlah sampel yang besar.
3. *Goodness of Fit Index* mencerminkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi dibanding dengan data yang sebenarnya. Nilai GFI bisa dari 0 sampai 1.

Semakin besar jumlah sampel penelitian maka nilai GFI akan semakin besar. Nilai yang lebih mendekati 1 mengindikasikan model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik (Eny, 2003 dalam Gunawan, 2007). Nilai GFI dikatakan baik jika nilainya adalah ≥ 0.90 .

4. *Adjusted Goodness of Fit Index* untuk menguji diterima tidak suatu model. Indeks ini merupakan pengembangan dari GFI, yaitu indeks GFI yang telah disesuaikan dengan rasio *degree of freedom model* yang diusulkan dengan *degree of freedom model* dari *null model*. Nilai indeks penerimaan kesesuaian sebuah model yang direkomendasikan adalah apabila nilai AGFI ≥ 0.90 . Nilai indeks yang semakin mendekati 1, maka model tersebut memiliki kesesuaian yang makin baik.
5. *Tucker Lewis Index* untuk mengukur kelebihan suatu model dengan model yang lain. TLI merupakan indeks fit yang kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel. Semakin TLI mendekati 1 maka model tersebut semakin baik. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah nilai ≥ 0.95

BAB IV

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas analisis data dan hasil penelitian tentang faktor-faktor penerimaan nasabah terhadap layanan mobile banking (penelitian pada segi konsumen pengguna mobile banking di Semarang) menjadi empat bagian, yaitu: Bagian Pertama, hasil pengumpulan data yang menjelaskan mengenai jumlah data yang siap dianalisis. Kedua, deskripsi responden merupakan hasil penelitian tentang nasabah bank pengguna mobile banking yang menjadi target penelitian, usia, jenis kelamin dan jenjang pendidikan terakhir. Ketiga, hasil pengujian data yang berkaitan dengan 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 III dengan menggunakan kuisisioner. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *sampling aksidental*. Dalam hal ini sebagai subyek responden adalah nasabah bank pengguna mobile banking yang berada di Semarang. Dan dimaksudkan untuk mendapatkan responden seperti yang ditentukan, baik dalam arti memenuhi jumlah persyaratan minimum sampel maupun kriteria lainnya. Hasil pengumpulan data berupa kuisisioner yang berhasil dikembalikan dan layak untuk dianalisis adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	%
Kuisoner yang disebar	115	100%
Kuisoner yang kembali	115	100%
Kuisoner yang pengisiannya tidak lengkap	10	8.7%
Kuisoner yang memenuhi syarat	105	91.3%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2008

Jumlah kuisoner yang disebar ke responden sebanyak 115 (100%). Dari 115 kuisoner yang disebar tersebut, 115 (100%) di antaranya telah diisi oleh responden dan dikembalikan kepada peneliti. Dari 115 kuisoner yang kembali yang memenuhi syarat sebanyak 105 (91.3%) dan sisanya 10 (8.7%) pengisiannya tidak lengkap.

4.2 Deskripsi Responden

4.2.1 Berdasarkan Bank

Berdasarkan Bank responden, terdiri atas 5 kategori, yaitu: Bank BCA, Bank BNI, Bank BRI, Lippo Bank, dan Bank Mandiri. Data karakteristik responden berdasarkan Bank dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Bank

Bank	Jumlah	%
BCA	29	27.6%
BNI	22	21.0%
BRI	2	1.9%
Lippo Bank	4	3.8%
Mandiri	48	45.7%
total	105	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2008

Dari tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 29 responden (27.6%) berasal dari Bank BCA, 22 responden (21%) dari Bank BNI, 2 responden (1.9%) dari Bank BRI, 4 responden dari Lippo Bank, serta 48 responden (45.7%) berasal dari Bank Mandiri. Pengambilan sampel didasarkan atas ke lima bank tersebut dengan pertimbangan karena ketiga bank tersebut selain lebih berpengalaman dalam dunia perbankan juga menyediakan bermacam-macam fitur-fitur dan fasilitas dalam mobile banking yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

4.2.2 Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden, terdiri atas 3 kategori, yaitu: kurang dari 30 tahun, 30-40 tahun, dan lebih dari 40 tahun. Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	%
<30 tahun	37	35.2%
30-40 tahun	38	36.2%
>40 tahun	30	28.6%
	105	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2008

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia kurang dari 30 tahun sebanyak 37 responden (35.2%) dan yang berusia 30-40 tahun, yaitu sebanyak 38 responden (36.2%) serta yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 30 responden

(28.6%). Hal ini menunjukkan bahwa usia sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebagian besar (48%) adalah usia produktif yang masih sangat muda dan lebih sering menggunakan mobile banking.

4.2.3 Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas 2 kategori, yaitu: Laki-laki, dan Perempuan. Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

jenis kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	65	62%
Perempuan	40	37%
	105	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2008

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 65 responden (62%). Sisanya, yaitu sebanyak 40 responden (37%) berjenis kelamin perempuan.

4.2.4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan responden, terdiri atas 5 kategori, yaitu: SMU dan sederajatnya, Diploma (D3), Strata1 (S-1), Strata2 (S-2) dan Strata3 (S-3). Data karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	%
SMU dan sederajatnya	5	4.8%
Diploma (D3)	10	9.5%
Strata1 (S1)	73	69.5%
Strata2 (S2)	17	16.2%
Strata3 (S3)	0	0%
	105	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2008

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden mayoritas memiliki tingkat pendidikan terakhir S1, sebanyak 73 responden (69.5%). Sisanya SMU dan sederajatnya sebanyak 5 responden (4.8%), Diploma sebesar 10 responden (9.5%), S2 sebesar 17 responden (16.2%) dan S3 tidak ada responden.

4.3 Uji Validitas

Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Oleh karena itu, esensi dari validitas adalah akurasi. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) untuk menaksir validasi setiap item pertanyaan. Varian yang didasarkan pada pendekatan PLS lebih sering digunakan karena PLS tidak mengharuskan pembebanan sampel dan merupakan distribusi bebas.

Skala validasi diproses dalam dua tahap: analisis validasi konvergen dan analisis validasi diskriminan. Validasi konvergen diuji dengan menggunakan tiga kriteria yang disarankan Fornell dan Larck (1981) yaitu:

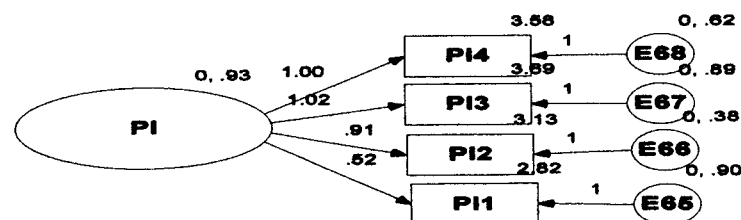
1. Semua item faktor *loading* harus signifikan dan bernilai $>0,70$
2. Gabungan reliability (ρ_c) $> 0,80$
3. *Average variance extracted* (AVE) >0.50 atau square root dari AVE harus > 0.71

Validasi diskriminan antar variabel ditaksir masih menggunakan rujukan Fornell dan Lacker (1981), yaitu *square root* dari AVE untuk tiap variabel harus melebihi korelasi diantara variabel.

4.3.1 Variabel Penggunaan mobile (PI)

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. 4 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: seberapa intensifkah penggunaan mobile banking dalam bertransaksi dalam sehari, banyaknya bertransaksi dalam sehari, tingkat penggunaan untuk berbagai transaksi, serta tingkat penggunaan layanan yang berbeda-beda untuk menunjang bisnis.

Gambar 4.6 Model Validitas PI



TABEL 4.6

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PI4 ← PI	1.000				
PI3 ← PI	1.017	.150	6.776	***	
PI2 ← PI	.914	.127	7.217	***	
PI1 ← PI	.524	.118	4.426	***	

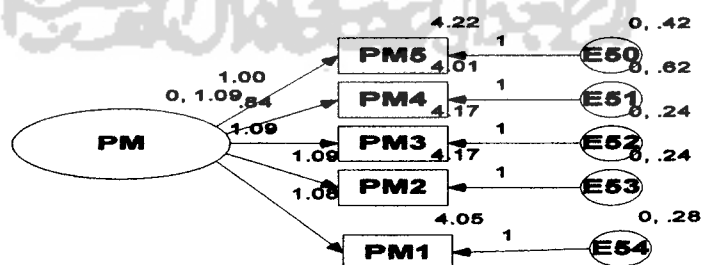
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa PI1, PI2, PI3, dan PI4 yang merupakan indikator pada variabel pengguna mobile dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.3.2 Variabel Persepsi manfaat (PM)/ (*Perceived usefulness*)

Diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan. 5 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: mobile banking berhubungan dengan peningkatan kinerja pekerjaan, mempercepat pekerjaan, mempermudah pekerjaan, meningkatkan kualitas pekerjaan, serta meningkatkan efektifitas pekerjaan.

Gambar 4.7 Model Validitas PM



TABEL 4.7

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PM5 <--- PM	1.000				
PM4 <--- PM	.844	.093	9.063	***	
PM3 <--- PM	1.091	.084	12.985	***	
PM2 <--- PM	1.089	.084	12.921	***	
PM1 <--- PM	1.079	.086	12.567	***	

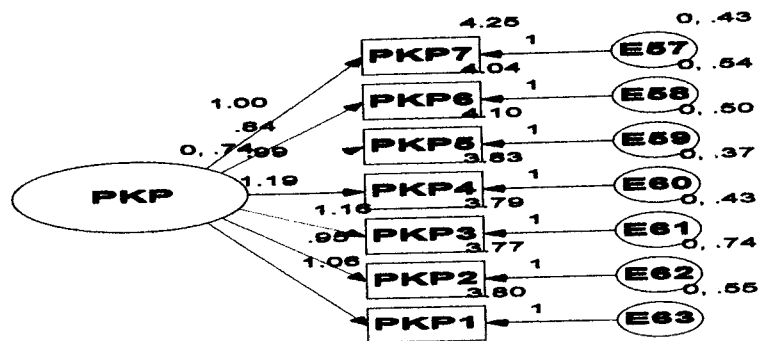
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa PM1, PM2, PM3, PM4, dan PM5 yang merupakan indikator pada variabel manfaat dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.3.3 Variabel Persepsi kemudahan penggunaan (PKP)/ (*Perceived ease of use*)

Diukur dengan menggunakan 7 item pertanyaan. 7 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: jarang mengalami kebingungan bila menggunakan mobile banking secara keseluruhan, mobile banking mudah digunakan, jarang memerlukan pertolongan bila menggunakan mobile banking, tidak kesulitan menggunakan mobile banking, belajar mengoperasikan mobile banking mudah, mudah untuk menjadi mahir menggunakan mobile banking, tidak melakukan kesalahan-kesalahan berkelanjutan ketika menggunakan mobile banking.

Gambar 4.8 Model Validitas PKP



TABEL 4.8

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PKP7 <--- PKP	1.000				
PKP6 <--- PKP	.842	.110	7.658	***	
PKP5 <--- PKP	.988	.116	8.554	***	
PKP4 <--- PKP	1.185	.120	9.877	***	
PKP3 <--- PKP	1.156	.121	9.538	***	
PKP2 <--- PKP	.952	.127	7.480	***	
PKP1 <--- PKP	1.056	.122	8.653	***	

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

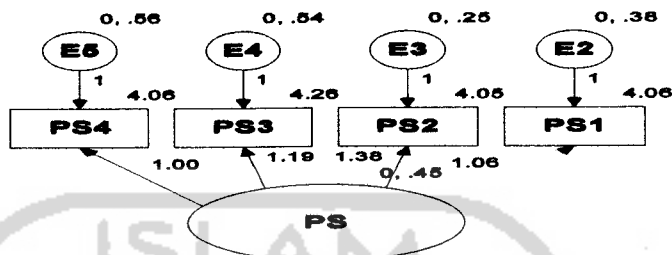
Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa PKP1, PKP2, PKP3, PKP4, PKP5, PKP6, dan PKP7 yang merupakan indikator pada variabel kemudahan penggunaan dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.3.4 Variabel Personalisasi (PS)/ (*Personalization*)

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. 4 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: tampilan informasi yang ada di *web site*, pilihan dari

informasi tersebut, penyampaian pesan personal dan pola akses serta penawaran produk dan jasanya

Gambar 4.9 Model Validitas PS



TABEL 4.9

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PS4 ← PS	1.000				
PS3 ← PS	1.189	.185	6.428	***	
PS2 ← PS	1.384	.194	7.144	***	
PS1 ← PS	1.063	.162	6.580	***	

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

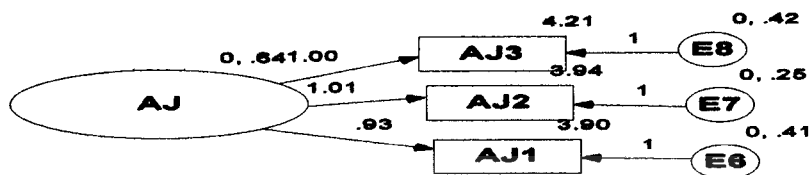
Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa PS1, PS2, PS3, dan PS4 yang merupakan indikator pada variabel personalisasi dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.3.5 Variabel Aliansi jasa (AJ)/ (*Alliance services*)

Diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan. 3 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: kolaborasi mobile banking atas integrasi layanan dengan organisasi lain, ketentuan *one-stop sevices* atau penyediaan semua layanan serta

perluasan dan dideferensiasi melalui sistem integrasi bank dengan pihak lain dalam mobile

Gambar 4.10 Model Validitas AJ



TABEL 4.10

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
AJ1 <--- AJ	.928	.128	7.276	***	
AJ2 <--- AJ	1.005	.134	7.516	***	
AJ3 <--- AJ	1.000				

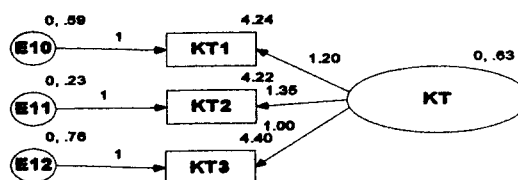
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas, dapat diketahui bahwa AJ1, AJ2, dan AJ3 yang merupakan indikator pada variabel aliansi jasa dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.3.6 Variabel Kefamiliaran Tugas (KT)/ (*Task Familiarity*)

Diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan. 3 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: cara menyelesaikan tugas perbankan, Langkah-langkah layanan yang mudah dimengerti dan diikuti, serta kenyataan praktek penyelesaian tugas perbankan

Gambar 4.12 Model Validitas KT



TABEL 4.12

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KT3 ← KT	1.000				
KT2 ← KT	1.348	.202	6.678	***	
KT1 ← KT	1.200	.176	6.816	***	

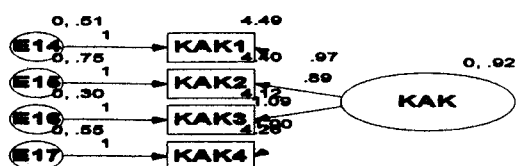
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa KT1, KT2, dan KT3 yang merupakan indikator pada variabel kefamiliaran tugas dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.3.7 Variabel Kemampuan mengakses (KAK)/ (*Accessibility*)

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. 4 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: penggunaan mobile banking setiap saat, dimanapun nasabah berada, cepat dan bisa dipercaya.

Gambar 4.13 Model Validitas KAK



TABEL 4.13

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KAK4 ← KAK	1.000				
KAK3 ← KAK	1.088	.117	9.327	***	
KAK2 ← KAK	.891	.122	7.330	***	
KAK1 ← KAK	.971	.115	8.463	***	

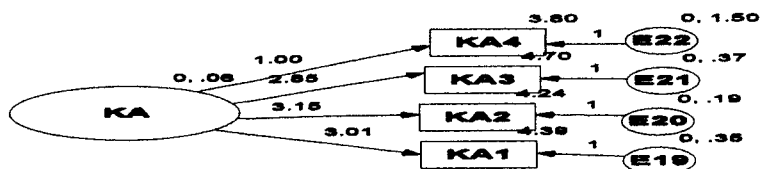
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas, dapat diketahui bahwa KAK1, KAK2, KAK3, dan KAK4 yang merupakan indikator pada variabel kemampuan mengakses dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$)

4.3.8 Variabel Kualitas argumen (KA)/ (*Argument quality*)

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. 4 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: informasi yang tersedia melalui layanan mobile banking sangat informatif (*Informative*), berdaya nilai (*Valuable*), membantu (*Helpfu*), dan membujuk (*persuasive*) dalam bertransaksi.

Gambar 4.14 Model Validitas KA



TABEL 4.14

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KA4 ← KA	1.000				
KA3 ← KA	2.852	1.471	1.939	.052	par_1
KA2 ← KA	3.147	1.614	1.950	.051	par_2
KA1 ← KA	3.014	1.551	1.943	.052	par_3

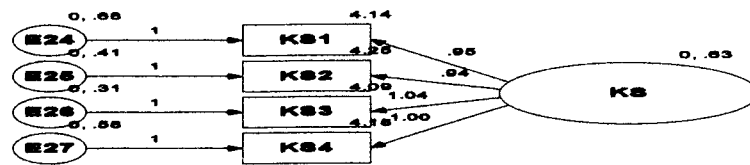
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas, dapat diketahui bahwa KA1, KA2, KA3, dan KA4 yang merupakan indikator pada variabel kualitas argumen dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.3.9 Variabel Kredibilitas sumber (KS)/ (*Source credibility*)

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. 4 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: karakteristik orang, pihak atau konsultan yang mendorong untuk menggunakan mobile banking adalah berpengetahuan luas di bidang mobile banking, bisa dipercaya, sangat ahli di bidang mobile banking, sangat meyakinkan.

Gambar 4.15 Model Validitas KS



TABEL 4.15

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KS4 <--- KS	1.000				
KS3 <--- KS	1.039	.143	7.264	***	
KS2 <--- KS	.937	.136	6.878	***	
KS1 <--- KS	.949	.153	6.216	***	

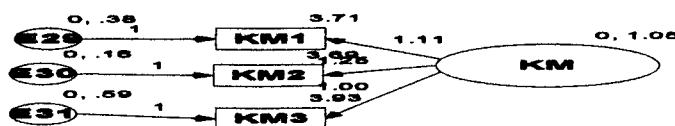
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa KS1, KS2, KS3, dan KS4 yang merupakan indikator pada variabel kredibilitas sumber dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.3.10 Variabel Kompatibilitas (KM)/ (*Compatibility*)

Diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan. 3 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: mobile banking dapat digunakan dengan sistem yang sedang berjalan pada perusahaan, mobile banking sesuai dengan proses bisnis yang sedang perusahaan gunakan, mobile banking cocok dengan lingkungan bisnis.

Gambar 4.16 Model Validitas KM



TABEL 4.16

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KM3 ← KM	1.000				
KM2 ← KM	1.251	.114	11.012	***	
KM1 ← KM	1.107	.106	10.483	***	

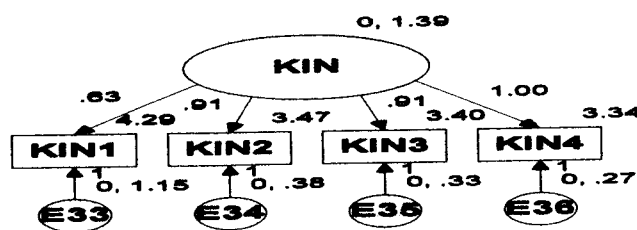
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 4.16 di atas, dapat diketahui bahwa KM1, KM2, dan KM3 yang merupakan indikator pada variabel pengguna mobile dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.3.11 Variabel Keinovatifan teknologi (KIN)/ (Technological innovativeness)

Diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan. 4 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: nilai lebih maju ketika menggunakan mobile banking, adopsi sistem yang paling baru, penggunaan peralatan terkini, adopsi software mobile banking yang terbaru

Gambar 4.17 Model Validitas KIN



TABEL 4.17

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KIN4 ← KIN	1.000				
KIN3 ← KIN	.911	.070	13.071	***	
KIN2 ← KIN	.915	.072	12.664	***	
KIN1 ← KIN	.633	.098	6.431	***	

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

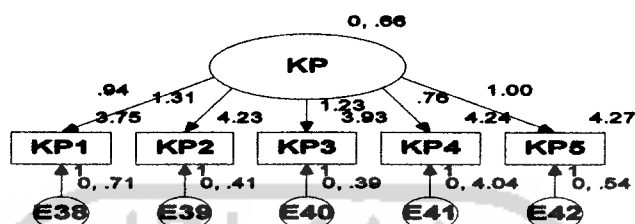
Berdasarkan Tabel 4.17 di atas, dapat diketahui bahwa KIN1, KIN2, KIN3, dan KIN4 yang merupakan indikator pada variabel keinovatifan teknologi dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.3.12 Variabel Kepercayaan (KP)/ (*Trust*)

Diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan. 5 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: tidak khawatir memberikan informasi keuangan bila bertransaksi melalui mobile, Bank memiliki pengendalian cukup untuk melindungi data pribadi dan keuangan nasabah, tidak khawatir memberikan informasi personal

bila bertransaksi melalui Mobile Banking, Keamanan terjamin, serta pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan nasabah saat bertransaksi.

Gambar 4.18 Model Validitas KP



TABEL 4.18

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KP5 ← KP	1.000				
KP4 ← KP	.763	.269	2.836	.005	
KP3 ← KP	1.231	.149	8.241	***	
KP2 ← KP	1.313	.158	8.310	***	
KP1 ← KP	.941	.143	6.584	***	

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

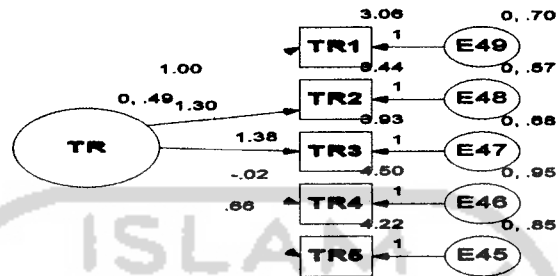
Berdasarkan Tabel 4.18 di atas, dapat diketahui bahwa KP1, KP2, KP3, KP4, dan KP5 yang merupakan indikator pada variabel kepercayaan dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.3.13 Variabel Pelatihan (TR)/ (Training)

Diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan. 5 item pertanyaan tersebut secara garis besar meliputi: pelatihan (*training*) mobile banking melalui di bangku kuliah, diberikan oleh pihak independent atau konsultan luar, diberikan oleh pihak

bank , dengan menggunakan buku pedoman dari bank, atau dengan menggunakan paket tutorial dari bank.

Gambar 4.19 Model Validitas TR



TABEL 4.19

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
TR3 ← TR	1.379	.248	5.562	***	
TR4 ← TR	-.022	.153	-.141	.888	
TR5 ← TR	.660	.173	3.813	***	
TR2 ← TR	1.302	.234	5.570	***	
TR1 ← TR	1.000				

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa TR1, TR2, TR3, dan TR5 yang merupakan indikator pada variabel pelatihan dinyatakan valid, karena memiliki nilai *factor loading* (*Estimate*) di atas 0,5 ($\lambda=0,5$) dengan tingkat signifikansi dibawah 10% ($p<0,10$).

4.4 Uji Reabilitas

Adapun 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 (Nunnally, 1978 dalam Eska, 2008).

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 dalam Asih, 2007).

Tabel 4.20
Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Nama Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Penggunaan mobile (PI)	0.784	Reliabilitas diterima
2	manfaat (PM)	0.939	Reliabilitas diterima
3	Kemudahan penggunaan (PKP)	0.914	Reliabilitas diterima
4	Personalisasi (PS)	0.844	Reliabilitas diterima
5	Aliansi jasa (AJ)	0.834	Reliabilitas diterima

6	Kefamiliaran Tugas (KT)	0.827	Reliabilitas diterima
7	Kemampuan mengakses (KAK)	0.870	Reliabilitas diterima
8	Kualitas argumen (KA)	0.699	Reliabilitas diterima
9	Kredibilitas sumber (KS)	0.829	Reliabilitas diterima
10	Kompatibilitas (KM)	0.909	Reliabilitas diterima
11	Keinovatifan teknologi (KIN)	0.880	Reliabilitas diterima
12	Kepercayaan (KP)	0.747	Reliabilitas diterima
13	Pelatihan (TR)	0.658	Reliabilitas diterima

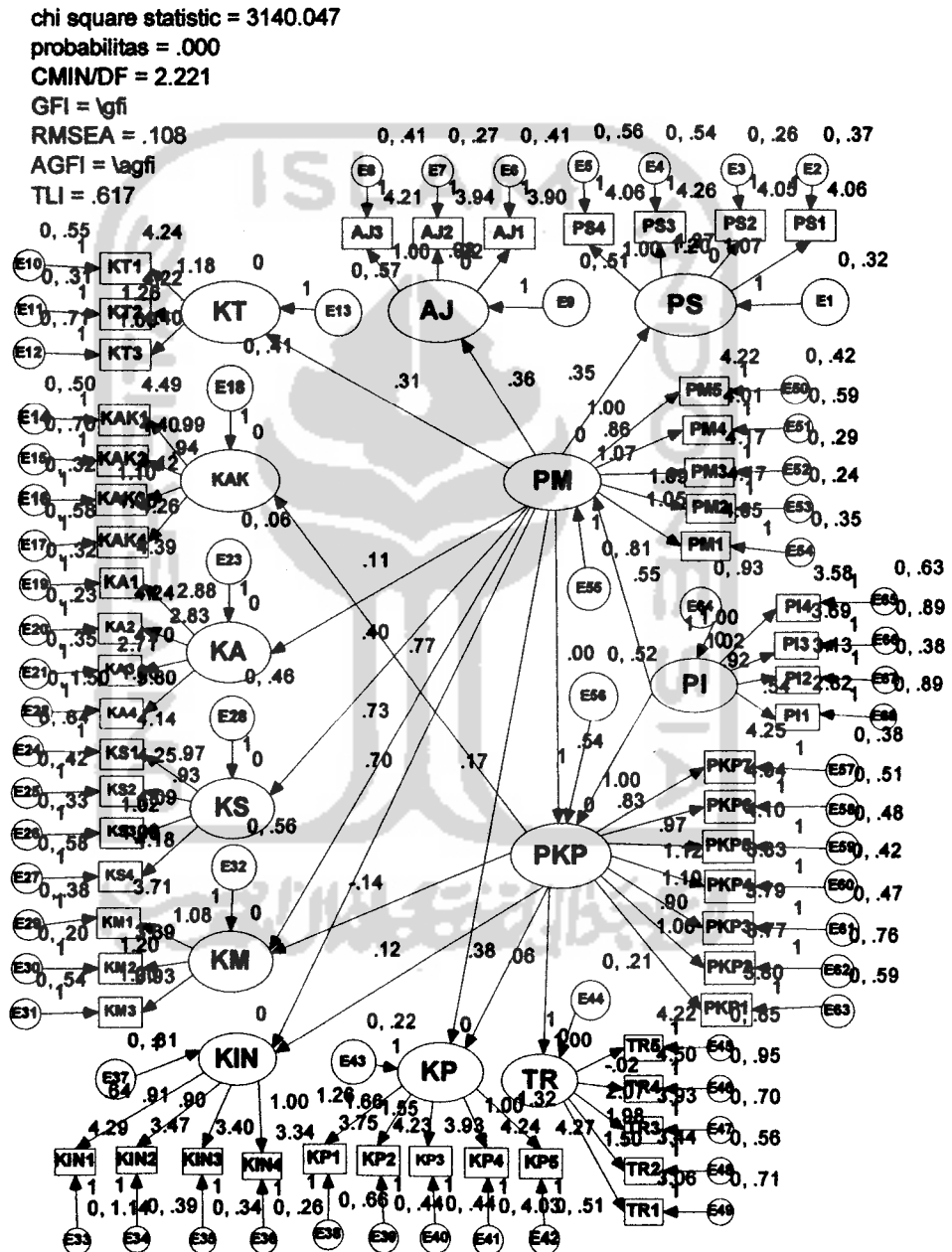
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 10

Berdasarkan pada Tabel 4.20 dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel penelitian dapat diandalkan atau *reliable*, karena memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas nilai kritis ($>0,60$).

4.5 Uji Kebaikan Model (*Goodness of Fit Model*)

Untuk mengetahui kriteria model yang baik (*Goodness of Fit*) digunakan: *Absolute Fit Measured* (pengukuran indeks mutlak), *Incremental Fit Measured* (pengukuran tambahan indeks) dan *Parsimonious Fit Measured* (pengukuran kesederhanaan indeks). Gambar 4.21 berikut ini, merupakan model struktural (*Path Diagram*) awal sebelum modifikasi.

Gambar 4.21 Path Diagram Sebelum Modifikasi



Sumber : Data Primer yang diolah, 2008, lampiran 17

Tabel 4.13
Goodness of Fit Index Sebelum Modifikasi SEM

<i>Goodness of Fit Index</i>	Hasil	<i>Cut Off Value</i>	Evaluasi Model
<i>Absolute Fit Measured</i>			
Likelihood Chi Square	3140,047	Diharapkan kecil	-
CMIN/DF	2,221	≤ 3,00	Baik
RMSEA	0.108	0,05-0,08	Tidak Baik
<i>Incremental Fit Measured</i>			
TLI	0.617	≥ 0,90	Tidak Baik
<i>Parsimonious Fit Measured</i>			
PNFI	0,472	0,60 – 0,90	Tidak Baik

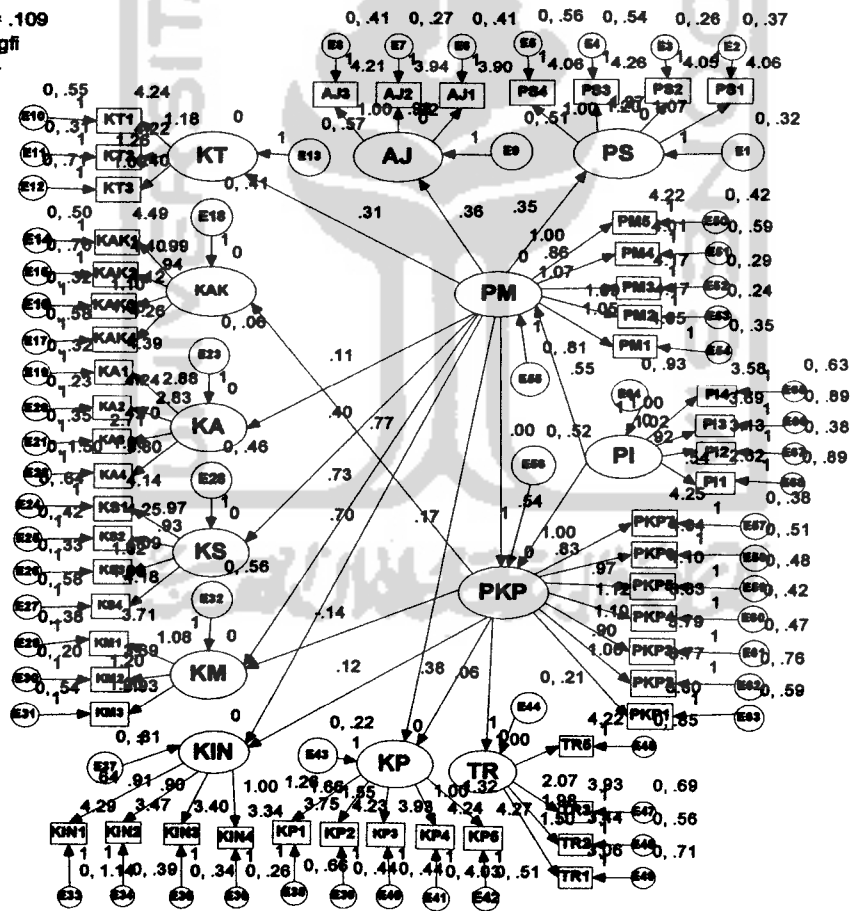
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 17

Dari hasil pengukuran *Goodness Fit Index* di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat probabilitas adalah signifikan sebesar 0,000 ($p < 0,10$), hal ini menunjukkan adanya penyimpangan antara *sample covariance matrix* Chi-Square =1118.383 ariance Probability =0.000 matrix, sedangkan nilai *chi square* untuk model yang GFI =0.552 punyai AGFI =0.552 probabilitas tidak signifikan (lebih besar dari 0,10) aga TLI =0.265 odness RMSEA =0.215 dengan Df =201 Cmin/df =5.564 dengan NFI =0.329 tujuan untuk memperbaiki model dengan meningkatkan PNFI =0.286 mikian PGFI =0.439 rupa sehingga nilai *chi square statistic* akan turun lebih cepat dibandingkan dengan

penurunan *degree of freedom* (df), yaitu dengan memodifikasi model yang dapat dilihat pada gambar 4.14 sebagai berikut:

Gambar 4.14
Path Diagram setelah Modifikasi

CHI SQUARE STATISTIC= 3038.674
 PROBABILITAS= .000
 CMIN/DF= 2.233
 GFI= .971
 RMSEA= .109
 AGFI= .967
 TLI= .824



Sumber : Data Primer yang diolah, 2008, lampiran 18

Tabel 4.14
Goodness of Fit Index Setelah Modifikasi SEM

<i>Goodness of Fit Index</i>	Hasil	<i>Cut Off Value</i>	Evaluasi Model
<i>Absolute Fit Measured</i>			
Likelihood Chi Square	3038,674	Diharapkan kecil	
CMIN/DF	2,233	$\leq 3,00$	Baik
RMSEA	0,109	$\leq 0,08$	Tidak Baik
<i>Incremental Fit Measured</i>			
TLI	0.624	$\geq 0,90$	Tidak Baik
<i>Parsimonious Fit Measured</i>			
PNFI	0,479	0,60 – 0,90	Tidak Baik

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 18

Tabel 4.15
Result (Default Model) Setelah Modifikasi

Kesimpulan	Nilai
<i>Chi-square</i>	3038,674
<i>Degrees of freedom</i>	1361
<i>Probability level</i>	0,000

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 18

Dari tabel 4.15 dapat disimpulkan bahwa tingkat probabilitas adalah signifikan yaitu sebesar 0,000 ($p < 0,10$) sehingga model yang dianalisis belum memenuhi criteria model yang baik (*goodness fit model*), model yang baik yaitu mempunyai tingkat probabilitas yang tidak signifikan, lebih dari $\alpha = 10\%$ (Ghozali,

2004), sehingga menunjukkan adanya kesesuaian antara *sample covariance matrix* dan *model (fitted) covariance matrix* (Hair, et.al., 1998).

4.6 Hasil Pengujian Hipotesis

Seperti dijelaskan pada bab II, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini terdiri dari 17 hipotesis. Semua hipotesis penelitian dilakukan uji satu sisi sebelah kanan, karena semua hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen dihipotesiskan berpengaruh positif. Untuk mengetahui apakah hipotesis didukung oleh data atau tidak, maka nilai probabilitas dari critical ratio (C.R) dibandingkan dengan nilai $\alpha=10\%$. Apabila *standardized koefisien* parameter bernilai positif dan nilai probabilitas dari critical ratio (C.R) kurang dari $\alpha=10\%$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian didukung oleh data.

Berdasarkan analisis statistik dengan menggunakan program AMOS versi 6.0, diperoleh hasil uji hipotesis yang merupakan uji hubungan kausalitas dari masing-masing variabel penelitian sebagaimana disajikan pada tabel 4.16 dan 4.17 di bawah ini

Tabel 4.16
Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PM <--- PI	.552	.121	4.556	***	
PKP <--- PM	.003	.094	.030	.976	
PKP <--- PI	.545	.123	4.433	***	
KP <--- PKP	.380	.143	2.661	.008	
TR <--- PKP	.056	.061	.921	.357	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KP <--- PM	.169	.078	2.156	.031	
KIN <--- PKP	.116	.118	.985	.325	
KIN <--- PM	.701	.110	6.366	***	
KM <--- PKP	-.136	.100	-1.362	.173	
KM <--- PM	.730	.106	6.865	***	
KS <--- PM	.403	.087	4.653	***	
KA <--- PM	.112	.059	1.888	.059	
KAK <--- PKP	.770	.117	6.597	***	
KT <--- PM	.313	.088	3.545	***	
AJ <--- PM	.364	.085	4.285	***	
PS <--- PM	.349	.075	4.662	***	

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 18

Tabel 4.17
Standardized Regression Weights

	Estimate
PM <--- PI	.509
PKP <--- PM	.003
PKP <--- PI	.588
KP <--- PKP	.535
TR <--- PKP	.107
KP <--- PM	.278
KIN <--- PKP	.087
KIN <--- PM	.619
KM <--- PKP	-.116
KM <--- PM	.726
KS <--- PM	.526
KA <--- PM	.430
KAK <--- PKP	.730
KT <--- PM	.398
AJ <--- PM	.470
PS <--- PM	.543

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2008, Lampiran 18

Berdasarkan kedua tabel di atas diketahui bahwa dari ke 8 hubungan kausalitas antar variabel penelitian hanya terdapat 4 hubungan kausalitas yang secara statistik mempunyai pengaruh positif signifikan, karena mempunyai nilai standardized koefisien parameter positif dan probabilitas dari critical ratio (C.R) kurang dari $\alpha=10\%$, yaitu:

1. Hubungan antara persepsi manfaat (PM) dengan penggunaan (PI) atau hipotesa 1
2. Hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan (PKP) dengan penggunaan (PI) atau hipotesis 2
3. Hubungan antara persepsi kepercayaan (KP) dengan kemudahan penggunaan (PKP) atau hipotesa 16
4. Hubungan antara persepsi kepercayaan (KP) dengan manfaat (PM) atau hipotesa 15
5. Hubungan antara persepsi keinovasian teknologi (KIN) dengan manfaat (PM) atau hipotesa 13
6. Hubungan antara persepsi komparabilitas (KM) dengan manfaat (PM) atau hipotesa 11
7. Hubungan antara persepsi kredibilitas sumber (KS) dengan manfaat (PM) atau hipotesa 10
8. Hubungan antara manfaat persepsi argument kualitas (KA) dengan (PM) atau hipotesa 9

9. Hubungan antara persepsi kemampuan mengakses (KAK) dengan kemudahan penggunaan (PKP) atau hipotesa 8

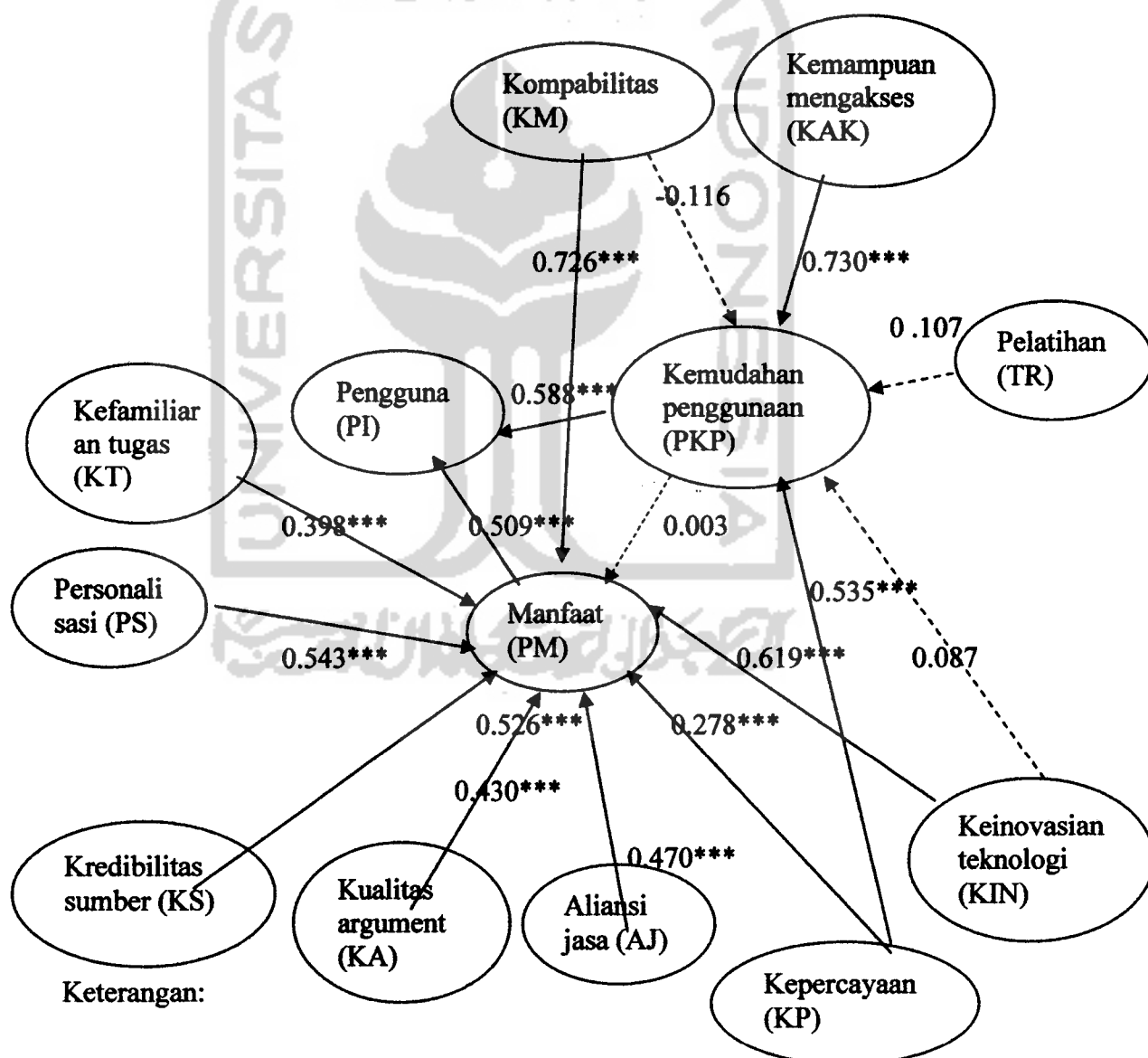
10. Hubungan antara persepsi kefamiliaran tugas (KT) dengan manfaat (PM) atau hipotesa 6
11. Hubungan antara persepsi aliansi jasa (AJ) dengan manfaat (PM) atau hipotesa 5
12. Hubungan antara persepsi personalisasi (PS) dengan manfaat (PM) atau hipotesa 4

Sementara keempat hubungan kausalitas yang lain, yaitu hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan (PKP) dengan manfaat (PM) hipotesis 3, pelatihan (TR) dengan kemampuan penggunaan (PKP) atau hipotesa 17, keinovasian teknologi (KIN) dengan kemampuan penggunaan (PKP) atau hipotesis 14, dan hubungan antara kompatibilitas (KM) persepsi dengan kemudahan penggunaan (PKP) atau hipotesis 12, semuanya tidak mempunyai pengaruh positif signifikan. Atau dengan kata lain keempat hipotesis penelitian tersebut tidak didukung oleh data.

Untuk mempermudah pembahasan pengujian hipotesis tentang hubungan langsung antar variabel penelitian akan dijelaskan melalui gambar 4.18 berikut ini:

Gambar 4.18

Pengaruh antara personalisasi, jasa aliansi, keakraban tugas perbankan, kemampuan mengakses, persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan sikap



- ▶ = Berpengaruh Signifikan
 - - - - -▶ = Tidak Berpengaruh Signifikan
 ** = Tingkat Probabilitas Kurang Dari 10% ($p < 0,10$)

Sumber : Data primer yang diolah, 2008

Untuk mempermudah analisis data dan pembahasan hasil penelitian, pada bagian ini akan dijelaskan pembahasan hasil pengujian untuk masing-masing hipotesis penelitian.

4.6.1 *Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking*

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa persepsi manfaat mempunyai hubungan positif terhadap Persepsi penggunaan sebesar 0,509 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis I yang menyatakan persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif terhadap pengguna mobile banking didukung oleh data (H_a diterima, H_o ditolak). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin tingginya manfaat yang ditawarkan oleh mobile banking maka semakin tinggi pula penggunaan nasabah terhadap mobile banking.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kemanfaatan penggunaan TI dapat diketahui dari kepercayaan pengguna TI dalam memutuskan penerimaan TI, dengan satu kepercayaan bahwa penggunaan TI tersebut memberikan kontribusi positif bagi penggunanya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Davis.F.D (1989); Adam.et.al (1992) yang mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa

penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut

4.6.2 *Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking*

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempunyai hubungan positif terhadap penggunaan sebesar 0,588 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis II yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking didukung oleh data (H_a diterima, H_o ditolak). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin tingginya kemudahan yang ditawarkan oleh mobile banking maka semakin mudah pula penggunaan nasabah terhadap mobile banking.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penerimaan penggunaan mobile banking juga turut dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan yang tersedia dalam mobile banking tersebut ini merupakan refleksi psikologis pengguna yang lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang sesuai dengan apa yang dipahaminya dengan mudah. Kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menerima menggunakan

4.6.3 Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempunyai hubungan positif terhadap manfaat sebesar 0,003 namun tidak signifikan dengan tingkat signifikansi 0,976 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis III yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap manfaat tidak didukung oleh data (H_a ditolak, H_o diterima). Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Davis, F.D (1989) yang menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berhubungan positif dengan manfaat.

Tidak didukungnya hipotesis ketiga ini oleh data menyebabkan kemudahan penggunaan mobile banking berpengaruh tidak signifikan terhadap manfaat yang diperoleh. Hal ini terjadi karena meskipun orang bisa menggunakan mobile banking, tetapi tidak semua orang dapat. Hal ini terjadi karena meskipun orang tahu manfaat dalam menggunakan internet banking, tetapi tidak semua orang dapat mengoptimalkan daya guna kemudahan yang ditampilkan dalam mobile banking.

4.6.4 Personalisasi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa personalisasi mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat sebesar 0,543 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis IV yang menyatakan personalisasi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat didukung oleh data (H_a diterima, H_o ditolak). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin

personalisasi nasabah dalam menggunakan mobile banking maka semakin tinggi pula manfaat yang diperoleh nasabah terhadap mobile banking.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa bagi pihak bank personalisasi yang dinamis dan kustomisasi menggambarkan kapanpun dan dimanapun hubungan terbangun dan bagi pihak nasabah mobile banking dapat digunakan kapanpun dan dimanapun. Karenanya, personalisasi berdampak positif terhadap persepsi kegunaan

4.6.5 Jasa aliansi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa jasa aliansi mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat sebesar 0,470 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis V yang menyatakan jasa aliansi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat didukung oleh data (H_a diterima, H_0 ditolak). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin banyak jasa aliansi yang ditawarkan dalam mobile banking maka semakin tinggi pula manfaat yang diperoleh nasabah terhadap penggunaan mobile banking.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa dengan adanya jasa-jasa aliansi, para nasabah dapat menyelesaikan semua tugasnya secara bersamaan (one stop) tanpa harus mengunjungi para counterpartnya secara fisik. Karenanya, jasa aliansi akan memberikan manfaat bagi para nasabah.

4.6.6 Kefamiliaran tugas berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa kefamiliaran tugas mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat sebesar 0,398 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis VI yang menyatakan kefamiliaran tugas berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat didukung oleh data (H_a diterima, H_o ditolak). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin familiar dengan dengan tugas yang dilakukan, semakin tinggi kemungkinan para nasabah bisa menghemat waktu dalam menterjemahkan kegiatan-kegiatan tugas pada dua sistem tersebut dan karenanya mendorong persepsi manfaat mobile banking menggunakan sistem karena semakin semakin sedikit atau mungkin tidak ada usaha pembelajaran yang diperlukan serta akan berdampak positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan..

4.6.7 Kefamiliaran tugas berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa kefamiliaran tugas mempunyai hubungan tidak positif terhadap persepsi manfaat sebesar -0,116 dan tidak signifikan dengan tingkat signifikansi 0,173 yaitu lebih besar dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis VII yang menyatakan kefamiliaran tugas berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan tidak didukung oleh data (H_a ditolak, H_o diterima). Dilihat dari hasil *standardized koefisien parameter kefamiliaran tugas terhadap persepsi manfaat* sebesar -0,116 mengindikasikan bahwa ada kecenderungan tingkat ketidak familiaran tugas yang tinggi menyebabkan pengaruh negative pada persepsi

manfaat yang diperoleh dalam menggunakan mobile banking yang dikarenakan faktor-faktor lain.

Tidak didukungnya hipotesis ketujuh ini kemungkinan disebabkan karena ketidak familiaran tugas yang ditampilkan sehingga beberapa pengguna mungkin masih bisa frustrasi dalam menggunakan mobile banking dan faktor-faktor lingkungan misalnya, tidak kontinu dalam memahami fitur-fitur yang ditampilkan, ketidak tertarikannya dalam menggunakan layanan lainnya sehingga pengguna merasa bahwa pengoperasian layanan yang ada di dalam mobile banking terasa sulit.

4.6.8 Kemampuan akses berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa kemampuan mengakses mempunyai hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,730 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis VIII yang menyatakan kemampuan mengakses berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan didukung oleh data (H_a diterima, H_0 ditolak). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin sering nasabah mengakses mobile banking maka semakin tinggi pula kemudahan yang diperoleh nasabah terhadap penggunaan mobile banking.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi atau kontinu para nasabah mengakses mobile banking maka dengan sendirinya akan memudahkan nasabah dalam pengoperasian mobile banking yang mereka gunakan.

4.6.9 Kualitas argumen berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa kualitas argumen mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat sebesar 0,430 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,059 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis IX yang menyatakan kualitas argumen berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat didukung oleh data (H_a diterima, H_o ditolak). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin berkualitas argument yang ditawarkan maka semakin tinggi pula manfaat yang diperoleh nasabah terhadap penggunaan mobile banking.

Dalam konteks mobile banking, kualitas argumen berhubungan pada kekuatan bujukan yang ditanamkan melalui fitur-fitur yang tersedia didalam ponsel (mobile). Semakin berkualitas argumen, maka para nasabah akan semakin mempresepsikan bahwa sistem tersebut bermanfaat, sehingga akan mendorong para nasabah tersebut tetap menggunakan sistem tersebut.

4.6.10 Kredibilitas sumber berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa kredibilitas sumber mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat sebesar 0,526 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis IX yang menyatakan kredibilitas sumber berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat didukung oleh data (H_a diterima, H_o ditolak). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan sumber yang diberikan maka semakin tinggi pula manfaat yang diperoleh nasabah

Dalam konteks mobile banking, para nasabah cenderung enggan bertransaksi melalui ponsel sebelum mereka mendapatkan informasi atau direkomendasi dari sumber yang bisa dipercaya. Sehingga dengan validnya sumber yang diberikan oleh pihak bank, nasabah dengan sendirinya akan percaya dalam menggunakan mobile banking karena kevalidan sumber dapat memberikan manfaat tersendiri bagi nasabah yang menggunakan mobile banking.

4.6.11 Kompatibilitas berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa kompatibilitas mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat sebesar 0,726 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis XI yang menyatakan kompatibilitas berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat didukung

oleh data (H_a diterima, H_o ditolak). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi kompatibilitas maka semakin tinggi pula manfaat yang diperoleh nasabah

Dalam konteks mobile banking, kompatibilitas merupakan suatu tingkatan dimana seseorang mempersepsikan penggunaan teknologi konsisten atau sesuai dengan praktek-praktek pekerjaannya sehingga kompatibilitas memberi pengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking yang berupa misalnya penurunan biaya dan waktu yang diperlukan untuk mengimplementasikan lebih cepat.

4.6.12 Kompatibilitas berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa kompatibilitas mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat sebesar 0,003 namun tidak signifikan dengan tingkat signifikansi 0,976 yaitu lebih besar dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis XII yang menyatakan kompatibilitas tugas berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan tidak didukung oleh data (H_a ditolak, H_o diterima).

Tidak didukungnya hipotesis keduabelas ini kemungkinan disebabkan karena ketidak konsistenan nasabah atau ketidaksesuaian dalam penggunaannya di praktek-praktek pekerjaannya sehingga berakibat dalam ketidakmudahan nasabah dalam menggunakan mobile banking

4.6.13 Keinovatifan teknologi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa kompabilitas mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat sebesar 0,726 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis XIII yang menyatakan kompabilitas berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat didukung oleh data (H_a diterima, H_o ditolak). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi keinovasian teknologi maka semakin tinggi pula manfaat yang diperoleh nasabah.

Dalam konteks mobile banking, keinovasian teknologi yang selalu baru dan dikembangkan akan memberikan keyakinan kepada para nasabah bahwa mobile banking dapat mendorong peningkatan kinerja mereka, mereka akan memanfaatkan sistem tersebut semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktifitas.

4.6.14 Keinovatifan teknologi berpengaruh positif terhadap terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa keinovasian teknologi hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,087 namun tidak signifikan dengan tingkat signifikansi 0,325 yaitu lebih besar dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis XIV tidak didukung oleh data (H_a ditolak, H_o diterima).

Tidak didukungnya hipotesis keempat belas ini kemungkinan disebabkan karena ketidak seimbangan antara perkembangan keinovasian teknologi dengan kemudan penggunaan dalam layanan tersebut sehingga mengakibatkan kesulitan bagi nasabah dalam mengoperasikannya.

4.6.15 Kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa kepercayaan mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat sebesar 0,278 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,31 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis XV yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat didukung oleh data (H_a diterima, H_0 ditolak). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan maka semakin tinggi pula manfaat yang diperoleh nasabah.

Hasil penelitian dalam konteks mobile banking menjelaskan bahwa semakin tinggi bank bisa menjaga kepercayaan nasabah dalam hal privasi dan lain-lainnya maka dengan sendirinya nasabah akan percaya dalam penggunaan mobile banking yang disediakan oleh bank tersebut dan nantinya akan memberikan manfaat yang besar untuk nasabah tersebut.

4.6.16 Kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking.

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa kepercayaan mempunyai hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,535 dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,08 yaitu kurang dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis XVI yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan didukung oleh data (H_a diterima, H_0 ditolak). Hasil

penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan maka semakin tinggi pula kemudahan penggunaan oleh nasabah.

Hasil penelitian dalam konteks mobile banking menjelaskan bahwa semakin sedikit informasi privasi yang diperlukan dalam mobile banking, maka akan semakin tinggi pula nasabah mengadopsi mobile banking karena dapat dipercaya.

4.6.17 Pelatihan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mobile banking

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa pelatihan memiliki hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,107 namun tidak signifikan dengan tingkat signifikansi 0,357 yaitu lebih besar dari 0,10 ($p < 0,10$) artinya hipotesis XVII tidak didukung oleh data (H_a ditolak, H_0 diterima).

Tidak didukungnya hipotesis ketujuhbelas ini kemungkinan disebabkan karena kurangnya sarana prasarana pelatihan dalam menggunakan mobile banking sehingga berdampak pada kesulitan menggunakan suatu sistem informasi seperti mobile banking sehingga diharapkan akan tercipta suatu kemampuan fungsi dan sistem yang berkualitas tinggi.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini akan dijelaskan kesimpulan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan dan saran untuk penelitian berikutnya.

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan sampel 105 responden bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pengadopsian Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pengguna Mobile Banking di Semarang). Dari hasil analisis yang telah dilakukan dengan pengolahan data menggunakan AMOS versi 6.0. dan SPSS versi 13, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan mobile banking di Semarang dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa persepsi manfaat dipengaruhi oleh delapan faktor, yaitu personalisasi, jasa aliansi, kefamiliaran tugas, kualitas argumen, kredibilitas sumber, kompatibilitas, keinovatifan teknologi, dan kepercayaan. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan dapat dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu kemampuaksesan, kepercayaan, dan penggunaan mobile banking. Sedangkan persepsi manfaat, kompatibilitas, keinovatifan teknologi, dan pelatihan dan merupakan faktor yang tidak berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini disebabkan ke empat variabel independen dalam penelitian ini secara

statistik tidak mempunyai pengaruh positif signifikan, karena keempat variabel tersebut memiliki nilai critical ratio (C.R) diatas 10%.

5.2 Implikasi

Penerapan teknologi informasi merupakan suatu keharusan dalam dunia perbankan salah satunya adalah penerapan mobile banking dalam layanan transaksi perbankan. Persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan dalam layanan mobile banking memang menjadi faktor utama dalam penentuan berhasil tidaknya suatu lembaga perbankan mengaplikasikan layanan berbasis mobile banking. Seperti diungkapkan pendapat Davis, F.D (1989) mengenai kemanfaatan dimana kemanfaatan dari penggunaan komputer dapat meningkatkan kinerja, prestasi kerja orang yang menggunakannya serta mengenai kemudahan penggunaan dimana kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari komputer begitupula pada mobile. Namun demikian perlu dilihat juga apakah faktor-faktor pendukung terciptanya kemanfaatan dan kemudahan penggunaan bagi nasabah dalam menggunakan mobile banking juga saling mendukung satu sama lain.

Dalam penelitian ini terdapat 4 komponen variabel yang tidak mendukung kemudahan penggunaan yaitu manfaat, kompatibilitas, keinovatifan teknologi, dan pelatihan. Hal itu bisa disebabkan 2 faktor baik berasal dari bank sebagai penyedia layanan maupun nasabah sebagai pengguna layanan. Sehingga penelitian ini

diharapkan bermanfaat bagi beberapa pihak yang terkait dalam penelitian yang dilakukan penulis.

Adanya variabel yang tidak signifikan terhadap kemudahan penggunaan mobile banking ini dapat dijadikan evaluasi pihak bank nantinya dalam hal peningkatan kualitas pelayanan. dari ke empat variabel tersebut yang berpengaruh terhadap kinerja perbankan adalah 1)manfaat. Ketidaksignifikan terjadi karena persepsi nasabah yang masih lebih nyaman datang langsung ke bank untuk bertransaksi walaupun dari pihak bank sudah menyediakan layanan yang lebih mudah tanpa harus datang ke bank dan alasan lainnya adalah nasabah merasa tidak terbantu dengan menggunakan layanan melalui mobile banking, dikarenakan prosedur-prosedur dalam layanan mobile banking terlalu panjang sehingga nasabah merasa direpotkan dan membuang waktu. Solusinya adalah bank harus meningkatkan promosi manfaat lebih jika menggunakan mobile banking dan didukung dengan promosi kemudahan penggunaan. 2)kompabilitas. Ketidaksignifikannya variabel tersebut bisa disebabkan karena bank tidak mampu menyediakan layanan yang lengkap untuk para nasabah melalui layanan mobile banking. Hal itu disebabkan karena kebutuhan nasabah akan penggunaan teknologi satu sama lain berbeda sedangkan bank hanya menyajikan secara umum layanan dalam mobile banking (tidak bisa mendetail) akibatnya ada beberapa kepentingan nasabah tidak terpenuhi dan akhirnya nasabah tetap datang ke bank tersebut untuk memperoleh layanan yang diinginkan. Solusi bank untuk meningkatkan kompabilitas mereka adalah mencoba

merekap layanan yang tidak diperoleh nasabah melalui mobile banking namun didapat langsung ke bank dan nantinya bank mencoba menapilkannya ke mobile banking. 3)keinovasian teknologi. Masalah yang mengakibatkan ketidaksignifikannya keinovasian teknologi yang ditampilkan adalah apakah keinovasian ini sudah familiar di mata nasabah dan apakah keinovasian ini mengutamakan keringkasn bagi nasabah? Karena bila itu tidak terpenuhi maka dengan sendirinya nasabah enggan menggunakan mobile banking dan alasan kedua karena nasabah tidak mengikuti perkembangan teknologi itu sendiri sehingga mereka tertinggal dengan keinovasian yang di perikan oleh bank. Solusinya adalah pihak bank tetap harus memperhatikan kebutuhan konsumen dalam peningkatan layanan dan pihak nasabah harus bisa mengikuti dan mempelajari perkembangan teknologi. 4)pelatihan. Ketidaksignifikannya variabel pelatihan disebabkan 2 hal yaitu nasabah memandang tidak penting adanya pelatihan dalam mengoperasikan mobile banking karena dengan metode otodidak mereka bisa mengerti bagaimana cara pengoperasian mobile banking tersebut dan dari pihak bank, kurang pekanya bank akan arti pentingnya pelatihan mobile banking bagi nasabah yang benar-benar belum bisa mengoperasikannya tetapi ingin menggunakan layanan didalam mobile banking sehingga bank harus memberikan free short course untuk nasabah yang ingin belajar.

Dengan adanya pengevaluasian terhadap faktor-faktor yang tidak signifikan diatas diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pihak bank (manajer) untuk lebih dapat mengkaji ulang faktor-faktor apa saja yang perlu diperbaiki (faktor yang

tidak signifikan) untuk menemukan solusi terbaik di masa datang dan meningkatkan faktor-faktor yang sudah baik (faktor-faktor yang signifikan) untuk meningkatkan pelayanan mobile banking kepada nasabah dengan demikian tujuan pihak manajer dalam meningkatkan meningkatkan efisiensi operasi kinerja bank, meningkatkan produktivitas, serta rencana strategik dalam rangka meningkatkan pangsa pasarnya dapat terwujud. Dari pihak nasabah dapat lebih memahami faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi penggunaan jasa layanan mobile banking dan diharapkan nasabah dapat membuka diri dalam menerima teknologi informasi yang tersedia dalam layanan mobile banking sehingga dapat menggunakan mobile banking dengan baik dan memperoleh manfaat sesuai kebutuhan.

Dari hasil penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan mutualisme antara bank dengan nasabah sangat dibutuhkan untuk mengurangi perbedaan persepsi antara ke dua elemen tersebut dan meningkatkan pelayanan yang berkualitas serta penelitian ini mendukung dan melengkapi penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pengadopsian mobile banking.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Walaupun penelitian ini telah diupayakan semaksimal mungkin, namun penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian yang ingin dicapai, antara lain:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini tidak luas, hanya terbatas di kota Semarang. Serta jumlah sampel yang hanya berjumlah 105 yang mungkin tidak cukup mewakili dari populasi yang ada. Sedangkan model AMOS lebih baik digunakan pada responden yang lebih besar dari 250 orang, sehingga membuat banyaknya modifikasi yang dilakukan dalam model penelitian ini. Oleh karena itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sample yang lebih luas.
2. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan hanya menggambarkan persepsi atau pendapat para nasabah bank terhadap mobile Banking. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *interval* berupa *rating*, skala ini bukan menunjukkan ukuran yang sesungguhnya.

Penelitian ini memberikan peluang untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan mengkaji variabel-variabel lain yang belum dapat diobservasi oleh peneliti dalam penelitian ini. Dari beberapa keterbatasan yang dikemukakan, diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- , *eBanking Perlu Law Enforcement yang Kuat, Volume III No 27 - June 2005*
- Almilia, Luciana Spica dan Giarta, Antony Nova, *perspektif nasabah perbankan atas kehadiran sms banking dan wap banking sebagai system informasi perbankan yang bernilai tambah*, jurnal akuntansi, STIE Perbanas, Surabaya, 2004.
- Amin, Hanudin., Lada, Sudin., Hamid, M. R.A., dan Tanakinjal, G.H (2006). "Undergraduate Attitudes and Expectations For Mobile Banking: A Case Study at The Labuan International Campus- University Malaysia Sabah", *Journal Of Internet Banking And Commerce*.
- Bhattacharjee, A., dan Clive Sanford, "Influence Processes for Information Technology Acceptance: an Elaboration model", *MIS Quarterly*, 30 (4), pp. 805-82, 2006.
- Chau, P.Y.K dan Vincent S. K. Lai, "An Empirical Investigation of the Determinants of User Acceptance of Internet Banking", *Journal of Organizational Computing and electronic Commerce*, 13 (2), 123-145, 2003.
- Chin W Wynne, dan Todd Peter, "On The use Usefulness, ease of use of structural equation Modeling in MIS Research: A note of Caution ". *Management Information System Quarterly*, 21(3) , 1991.
- Davis, F.D, R.P. Bagozzi, dan PR. Warshaw, "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models", *Management Science*, 35 (8), pp. 982-1003, 1989.
- Davis, F.D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, 13 (5), pp. 319-339, 1989.
- Davis, F.D., "User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts", *International Journal of Management Machine Studies*, 38, 475-487, 1993.
- Fornell, C. dan D.F. Larcker, "Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics," *Journal of Marketing Research*, 18 (August), pp. 382-388, 1981.
- Ghozali, Imam, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS*, BP Universitas Diponegoro, Semarang, 2004.

- Fornell, C. dan D.F. Larcker, "Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics," *Journal of Marketing Research*, 18 (August), pp. 382-388, 1981.
- Ghozali, Imam, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS*, BP Universitas Diponegoro, Semarang, 2004.
- Hair, J.F, R.E.Anderson, R.L. Tatham, W.C. Black, *Multivariate Data Analysis with Readings*. Prentice Hall, Upper Saddle River. NJ. 2006.
- Hartono, M. Dimiyati, *Hukum Sebagai Faktor Penentu Pemanfaatan Teknologi Telekomunikasi*. Semarang: FH-UNDIP, Hal. 5.
- Kim, K.K., dan N. S. Umanath, "Structure and perceived effectiveness of software development subunits: A task contingency analysis," *Journal of Management Information Systems*, vol. 9, no. 3, pp. 157-181, 1992-1993.
- Kuncoro, *Metode kuantitatif : Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta,2001.
- Kusuma, Hadri, *Model Adopsi Internet Banking di Indonesia (Tidak dipublikasikan)*, 2008.
- Thompson, R.L., C.A. Higgins, dan J.M. Howell, "Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization", *MIS Quarterly* 15(1), pp. 125-143, 1991.
- Tornatzky, L.G., dan K. J Klein, "Innovation characteristics and innovation adoption implementation: a meta-analysis of findings", *IEEE Transaction of Engineering Management*, 29 (1), pp. 28-45, 1982.
- Usanti, Trisadini, dkk, 2004. *Tanggung gugat provider content dalam bisnis seluler*, *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial* Vol. 5 No. 2 Agustus 2004: 140-153
- warta ekonomi.com, perspektif baru bisnis dan ekonomi, Rabu, 26 September 2007*
- Wei, Wen-Chin, "The Causal Relationship between Technology Attributes, Inward Licensing Beliefs and Process Performance among Manufacturing Firms: An Empirical Study", *International Journal of Management*, 23 (4), 2006
- Wisnu Wijaya, Stevanus, *Kajian Teoritis Technology Acceptance Model Sebagai Model Pendekatan Untuk Menentukan Strategi Mendorong Kemauan Pengguna Dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan komunikasi*, Universitas Sanata Dharma.
- www.detik.com, 2002

LAMPIRAN 1
INSTRUMENT PENELITIAN



Kepada:

Yth Bapak/Ibu/Saudara

di

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang skripsi yang berjudul ” **Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Pengadopsian Mobile Banking**” (**Studi Kasus pada Pengguna Mobile banking di Semarang**) 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 kuisioner yang terlampir berikut ini. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner 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, November 2007

Pembimbing

Peneliti

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

Hendi Inda Karnia



Kuesioner Penelitian

Pernyataan–pernyataan berikut adalah item-item mengenai faktor-faktor pengadopsian layanan 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

Nasabah Bank : (sebutkan)

Usia :Tahun

Jenis Kelamin* : Laki-laki
 Perempuan

Jenjang Pendidikan*: SLTA atau lebih rendah
 Diploma (D3)
 Strata1 (S1)
 Strata2 (S2)
 Strata3 (S3)

Variabel Penelitian

Kompatibilitas	Sangat Tidak Setuju						Sangat Setuju					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Mobile Banking dapat digunakan dengan sistem yang sedang berjalan pada perusahaan anda	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Mobile Banking sesuai dengan proses bisnis yang sedang perusahaan anda gunakan	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Mobile Banking cocok dengan lingkungan bisnis anda	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Keinovasian teknologi												
Anda merasa lebih bernilai ketika menggunakan Mobile Banking yang lebih maju	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Anda selalu mengadopsi sistem Mobile Banking yang paling baru	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Anda selalu menggunakan peralatan Mobile Banking yang terkini	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6

Anda selalu mengadopsi software Mobile Banking yang terbaru	1	2	3	4	5	6
Task Familiarity						
Mobile banking memperlihatkan cara yang jelas untuk menyelesaikan tugas perbankan seperti saya bertatap muka langsung	1	2	3	4	5	6
Langkah-langkah layanan Mobile banking mudah dimengerti dan diikuti seperti saya datang langsung ke bank	1	2	3	4	5	6
Saya dapat mempercayai kenyataan praktek penyelesaian tugas perbankan saya harus datang langsung ke bank	1	2	3	4	5	6
Kemampuan mengakses (Accessibility)						
Anda dapat menggunakan Mobile banking setiap saat	1	2	3	4	5	6
Anda dapat menggunakan Mobile banking dari manapun	1	2	3	4	5	6
Koneksi Mobile anda cepat	1	2	3	4	5	6
Koneksi Mobile anda bisa dipercaya	1	2	3	4	5	6
Manfaat	<i>Sangat Tidak Setuju</i>				<i>Sangat setuju</i>	
Penggunaan Mobile Banking meningkatkan kinerja pekerjaan anda	1	2	3	4	5	6
Penggunaan Mobile Banking mempercepat pekerjaan anda	1	2	3	4	5	6
Penggunaan Mobile banking meningkatkan efektifitas pekerjaan anda	1	2	3	4	5	6
Mobile banking meningkatkan kualitas pekerjaan anda	1	2	3	4	5	6
Penggunaan Mobile banking mempermudah pekerjaan anda	1	2	3	4	5	6
Kemudahan Penggunaan						
Anda jarang mengalami kebingungan bila menggunakan Mobile banking	1	2	3	4	5	6
Anda tidak melakukan kesalahan-kesalahan berkelanjutan ketika menggunakan Mobile banking	1	2	3	4	5	6
Anda jarang memerlukan pertolongan bila menggunakan Mobile banking	1	2	3	4	5	6
Anda tidak menemukan kesulitan untuk menggunakan Mobile banking	1	2	3	4	5	6
Belajar mengoperasikan Mobile banking mudah bagi anda	1	2	3	4	5	6
Adalah mudah bagi anda untuk menjadi mahir bila menggunakan Mobile banking.	1	2	3	4	5	6
Secara keseluruhan, menggunakan Mobile banking adalah mudah bagi anda	1	2	3	4	5	6
Kepuasan						
Secara keseluruhan anda puas menggunakan Mobile Banking	1	2	3	4	5	6
Mobile Banking menyediakan informasi persis yang anda perlukan	1	2	3	4	5	6
Isi informasi Mobile Banking memenuhi kebutuhan anda	1	2	3	4	5	6

Mobile Banking menyediakan laporan-laporan yang memenuhi kebutuhan anda	1	2	3	4	5	6
Mobile Banking menyediakan informasi yang cukup	1	2	3	4	5	6
Mobile Banking adalah akurat	1	2	3	4	5	6
Anda puas dengan akurasi Mobile Banking	1	2	3	4	5	6
Format keluaran (output) yang disajikan Mobile Banking berguna	1	2	3	4	5	6
Informasi yang disajikan Mobile Banking jelas	1	2	3	4	5	6
Mobile Banking mudah menggunakannya	1	2	3	4	5	6
Mobile Banking berorientasi pengguna (user-friendly)	1	2	3	4	5	6
Dengan Mobile Banking, anda mendapatkan informasi tepat waktu	1	2	3	4	5	6
Melalui Mobile Banking, bank menyediakan informasi terkini	1	2	3	4	5	6
Kepercayaan						
Anda tidak khawatir memberikan informasi keuangan bila bertransaksi melalui Mobile Banking	1	2	3	4	5	6
Bank memiliki pengendalian cukup untuk melindungi data pribadi dan keuangan anda.	1	2	3	4	5	6
Anda tidak khawatir memberikan informasi personal bila bertransaksi melalui Mobile Banking	1	2	3	4	5	6
Keamanan uang anda terjamin bila bertransaksi melalui Mobile Banking	1	2	3	4	5	6
Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi melalui Mobile Banking	1	2	3	4	5	6
Personalisasi						
Mobile banking mendorong anda untuk memilih informasi yang disajikan di web site bank sesuai dengan kebutuhan anda	1	2	3	4	5	6
Mobile banking mendorong anda untuk memilih isi dari informasi di web site bank sesuai dengan kebutuhan anda	1	2	3	4	5	6
Mobile banking memungkinkan bank untuk mengirimkan pesan pribadi kepada anda (misalnya, via e-mail)	1	2	3	4	5	6
Mobile banking memungkinkan bank untuk menawarkan produk atau jasa kepada anda setelah mempelajari perilaku dan pilihan perbankan nasabah	1	2	3	4	5	6
Jasa aliansi						
Melalui penggabungan sistem dengan pihak lain via Mobile, bank dapat menyediakan semua pelayanan yang nasabah butuhkan	1	2	3	4	5	6
Melalui penggabungan sistem dengan pihak lain via Mobile, bank dapat menyediakan jasa yang terintegrasi kepada nasabah, yang mana secara tradisional disediakan oleh unit atau organisasi yang terpisah	1	2	3	4	5	6
Melalui penggabungan sistem dengan pihak lain via Mobile, bank dapat menyediakan perluasan pelayanan kepada nasabah	1	2	3	4	5	6

Argumen kualitas

Menurut Saudara informasi yang tersedia melalui layanan Mobile Banking sangat:	Sangat Tidak Setuju			sangat setuju		
	1	2	3	4	5	6
- Informatif (<i>Informative</i>)	1	2	3	4	5	6
- Berdaya nilai (<i>Valuable</i>)	1	2	3	4	5	6
- Membantu (<i>Helpful</i>)	1	2	3	4	5	6
- Membujuk (<i>persuasive</i>) saya untuk bertransaksi lagi	1	2	3	4	5	6

Kredibilitas sumber

Menurut saudara, karakteristik orang, pihak atau konsultan yang mendorong saudara untuk menggunakan Mobile Banking adalah:	Sangat Setuju			Sangat Tidak Setuju		
	1	2	3	4	5	6
- Berpengetahuan luas di bidang Mobile Banking	1	2	3	4	5	6
- Bisa dipercaya	1	2	3	4	5	6
- Sangat ahli di bidang Mobile Banking	1	2	3	4	5	6
- Sangat meyakinkan	1	2	3	4	5	6

Pelatihan

Manakah dari kategori berikut mendeskripsikan tingkatan pelatihan (<i>training</i>) yang telah anda dapatkan sehingga cara tersebut mempengaruhi anda menggunakan mobile banking:	Sangat Rendah			Sangat Tinggi		
	1	2	3	4	5	6
Pelajaran umum di bangku kuliah	1	2	3	4	5	6
Pelatihan yang diberikan oleh pihak independent atau konsultan luar	1	2	3	4	5	6
Pelatihan yang diberikan oleh pihak bank	1	2	3	4	5	6
Belajar sendiri dengan menggunakan paket tutorial dari bank	1	2	3	4	5	6
Belajar sendiri dengan menggunakan buku pedoman dari bank	1	2	3	4	5	6

Penggunaan

	Sangat Tidak Intensif			Sangat Intensif		
	1	2	3	4	5	6
Anda bertransaksi melalui Mobile Banking secara intensif (Misal: lebih	1	2	3	4	5	6

dari 1 jam per hari).						
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 PI

BANK	PI1	PI2	PI3	PI4	jum	rata-rata
Responden1	3	3	5	5	16	4
Responden2	3	3	5	5	16	4
Responden3	3	3	3	4	13	3.3
Responden4	1	1	1	1	4	1.0
Responden5	3	3	4	4	14	3.5
Responden6	1	3	5	1	10	2.5
Responden7	1	1	1	1	4	1.0
Responden8	4	4	4	4	16	4.0
Responden9	2	2	5	5	14	3.5
Responden10	4	5	5	5	19	4.8
Responden11	3	4	5	4	16	4.0
Responden12	1	6	6	6	19	4.8
Responden13	2	3	3	3	11	2.8
Responden14	1	5	6	6	18	4.5
Responden15	3	4	5	3	15	3.8
Responden16	4	4	5	5	18	4.5
Responden17	2	3	3	4	12	3.0
Responden18	1	1	1	2	5	1.3
Responden19	5	5	5	5	20	5.0
Responden20	2	2	6	2	12	3.0
Responden21	4	4	4	4	16	4.0
Responden22	5	5	5	5	20	5.0
Responden23	4	3	3	5	15	3.8
Responden24	2	3	2	3	10	2.5
Responden25	3	3	5	5	16	4.0
Responden26	2	2	2	3	9	2.3

Responden27	1	3	3	4	11	2.8
Responden28	3	2	3	3	11	2.8
Responden29	4	4	4	4	16	4.0
Responden30	2	3	3	2	10	2.5
Responden31	3	3	3	2	11	2.8
Responden32	3	4	5	6	18	4.5
Responden33	1	2	3	1	7	1.8
Responden34	2	2	3	4	11	2.8
Responden35	3	5	6	5	19	4.8
Responden36	3	3	2	3	11	2.8
Responden37	3	4	5	3	15	3.8
Responden38	3	2	3	3	11	2.8
Responden39	3	4	4	4	15	3.8
Responden40	2	2	4	3	11	2.8
Responden41	1	3	3	4	11	2.8
Responden42	3	3	3	3	12	3.0
Responden43	4	3	3	4	14	3.5
Responden44	2	3	3	4	12	3.0
Responden45	2	2	2	1	7	1.8
Responden46	3	2	3	3	11	2.8
Responden47	2	3	3	2	10	2.5
Responden48	2	4	3	3	12	3.0
Responden49	5	3	4	4	16	4.0
Responden50	3	3	2	3	11	2.8
Responden51	4	2	2	3	11	2.8
Responden52	5	5	4	4	18	4.5
Responden53	3	3	5	5	16	4.0
Responden54	4	4	4	3	15	3.8
Responden55	3	4	4	5	16	4.0
Responden56	4	4	4	4	16	4.0
Responden57	2	3	2	2	9	2.3
Responden58	3	5	4	5	17	4.3
Responden59	2	3	2	3	10	2.5

Responden60	2	3	3	3	11	2.8
Responden61	4	3	5	5	17	4.3
Responden62	3	2	3	3	11	2.8
Responden63	3	4	4	3	14	3.5
Responden64	2	5	6	4	17	4.3
Responden65	3	3	3	3	12	3.0
Responden66	1	4	5	5	15	3.8
Responden67	4	4	6	6	20	5.0
Responden68	2	2	2	5	11	2.8
Responden69	5	4	5	4	18	4.5
Responden70	2	3	4	4	13	3.3
Responden71	3	3	4	4	14	3.5
Responden72	4	4	4	4	16	4.0
Responden73	4	2	2	3	11	2.8
Responden74	3	4	4	4	15	3.8
Responden75	2	3	6	3	14	3.5
Responden76	3	2	3	3	11	2.8
Responden77	2	2	3	3	10	2.5
Responden78	4	5	5	4	18	4.5
Responden79	5	5	3	4	17	4.3
Responden80	3	1	5	2	11	2.8
Responden81	4	3	6	6	19	4.8
Responden82	2	4	4	3	13	3.3
Responden83	4	3	4	4	15	3.8
Responden84	3	3	4	4	14	3.5
Responden85	2	4	6	3	15	3.8
Responden86	2	2	1	2	7	1.8
Responden87	2	2	3	3	10	2.5
Responden88	3	3	3	4	13	3.3
Responden89	2	2	1	1	6	1.5
Responden90	2	2	2	2	8	2.0
Responden91	2	2	6	1	11	2.8
Responden92	3	3	4	4	14	3.5

Responden93	2	2	3	2	9	2.3
Responden94	2	2	1	4	9	2.3
Responden95	2	2	2	3	9	2.3
Responden96	4	3	3	3	13	3.3
Responden97	1	2	3	3	9	2.3
Responden98	4	4	5	5	18	4.5
Responden99	3	4	4	4	15	3.8
Responden100	5	5	6	6	22	5.5
Responden101	3	2	2	2	9	2.3
Responden102	4	2	2	3	11	2.8
Responden103	4	3	5	5	17	4.3
Responden104	3	2	3	3	11	2.8
Responden105	2	5	4	5	16	4.0



**LAMPIRAN 3
DATA PM**

BANK	PM1	PM2	PM3	PM4	PM5	jum	rata-rata
Responden1	6	6	6	4	6	28	5.6
Responden2	6	6	6	4	6	28	5.6
Responden3	4	4	4	4	4	20	4
Responden4	5	5	5	5	5	25	5
Responden5	4	4	4	3	3	18	3.6
Responden6	5	5	5	5	6	26	5.2
Responden7	2	2	3	3	4	14	2.8
Responden8	4	4	5	5	5	23	4.6
Responden9	4	5	4	4	3	20	4
Responden10	5	5	5	5	5	25	5
Responden11	4	4	4	5	4	21	4.2
Responden12	6	6	6	3	6	27	5.4
Responden13	3	3	3	3	4	16	3.2
Responden14	3	3	3	3	3	15	3
Responden15	6	5	5	4	4	24	4.8
Responden16	5	5	5	5	5	25	5
Responden17	5	4	5	5	4	23	4.6
Responden18	2	3	2	3	2	12	2.4
Responden19	6	6	5	6	6	29	5.8
Responden20	4	5	3	3	6	21	4.2
Responden21	5	5	5	5	5	25	5
Responden22	5	5	6	2	5	23	4.6
Responden23	5	4	5	5	4	23	4.6
Responden24	1	2	2	2	1	8	1.6
Responden25	5	5	5	5	6	26	5.2
Responden26	6	6	5	5	5	27	5.4
Responden27	5	5	5	4	4	23	4.6

Responden28	4	3	3	3	3	16	3.2
Responden29	5	5	5	5	5	25	5
Responden30	3	3	3	3	3	15	3
Responden31	3	3	3	3	3	15	3
Responden32	5	5	5	4	5	24	4.8
Responden33	2	3	3	3	4	15	3
Responden34	4	5	6	6	6	27	5.4
Responden35	6	5	5	5	5	26	5.2
Responden36	4	3	4	3	3	17	3.4
Responden37	4	4	3	4	3	18	3.6
Responden38	3	4	3	3	3	16	3.2
Responden39	2	2	3	3	4	14	2.8
Responden40	4	4	4	5	5	22	4.4
Responden41	5	4	5	5	4	23	4.6
Responden42	2	4	2	3	3	14	2.8
Responden43	3	4	3	5	4	19	3.8
Responden44	4	4	4	3	4	19	3.8
Responden45	3	3	3	4	4	17	3.4
Responden46	3	4	3	4	3	17	3.4
Responden47	4	5	6	4	5	24	4.8
Responden48	5	5	4	5	4	23	4.6
Responden49	5	6	6	5	5	27	5.4
Responden50	4	3	3	3	3	16	3.2
Responden51	3	5	5	4	5	22	4.4
Responden52	4	4	5	3	4	20	4
Responden53	4	4	4	4	4	20	4
Responden54	5	5	5	4	5	24	4.8
Responden55	6	5	5	4	4	24	4.8
Responden56	5	5	4	4	5	23	4.6
Responden57	4	4	4	4	4	20	4
Responden58	4	5	5	5	6	25	5
Responden59	3	3	4	4	4	18	3.6
Responden60	5	5	4	5	5	24	4.8

Responden61	6	6	6	5	6	29	5.8
Responden62	3	2	3	4	3	15	3
Responden63	3	3	3	3	3	15	3
Responden64	5	6	4	6	4	25	5
Responden65	5	5	5	5	5	25	5
Responden66	3	3	3	3	3	15	3
Responden67	1	1	1	1	1	5	1
Responden68	1	1	1	1	1	5	1
Responden69	5	4	4	5	4	22	4.4
Responden70	4	4	4	5	5	22	4.4
Responden71	3	3	3	3	3	15	3
Responden72	4	4	4	4	4	20	4
Responden73	5	5	5	5	5	25	5
Responden74	4	5	5	5	5	24	4.8
Responden75	5	5	5	5	6	26	5.2
Responden76	3	2	3	4	3	15	3
Responden77	2	2	2	2	2	10	2
Responden78	5	5	5	5	5	25	5
Responden79	4	5	5	5	5	24	4.8
Responden80	5	5	6	3	4	23	4.6
Responden81	5	5	6	6	6	28	5.6
Responden82	5	5	4	4	5	23	4.6
Responden83	4	5	5	4	5	23	4.6
Responden84	2	2	2	3	3	12	2.4
Responden85	4	5	5	2	2	18	3.6
Responden86	4	5	3	2	5	19	3.8
Responden87	6	4	6	6	6	28	5.6
Responden88	6	6	5	6	6	29	5.8
Responden89	3	2	3	1	4	13	2.6
Responden90	2	2	2	2	2	10	2
Responden91	2	3	3	3	3	14	2.8
Responden92	5	5	6	5	5	26	5.2
Responden93	3	3	3	3	3	15	3

Responden94	4	5	5	4	4	22	4.4
Responden95	3	3	3	3	3	15	3
Responden96	4	4	4	4	5	21	4.2
Responden97	4	4	4	5	5	22	4.4
Responden98	5	6	6	6	5	28	5.6
Responden99	3	3	3	3	3	15	3
Responden100	5	6	6	6	6	29	5.8
Responden101	3	3	3	3	3	15	3
Responden102	3	5	5	4	5	22	4.4
Responden103	6	6	6	6	5	29	5.8
Responden104	3	2	3	4	3	15	3
Responden105	4	5	5	5	6	25	5



LAMPIRAN 4

DATA PKP

BANK	PKP1	PKP2	PKP3	PKP4	PKP5	PKP6	PKP7	jum	rata-rata
Responden1	3	3	3	3	4	4	4	24	3.4
Responden2	3	3	3	4	4	5	4	26	3.7
Responden3	4	4	4	3	3	3	3	24	3.4
Responden4	1	2	2	2	2	2	2	13	1.9
Responden5	4	4	3	3	3	4	4	25	3.6
Responden6	5	5	5	5	5	5	5	35	5.0
Responden7	1	2	4	4	4	3	3	21	3.0
Responden8	4	3	4	4	3	3	3	24	3.4
Responden9	3	2	2	2	3	3	4	19	2.7
Responden10	3	6	3	3	3	3	3	24	3.4
Responden11	5	4	6	4	4	4	5	32	4.6
Responden12	3	3	3	3	6	3	6	27	3.9
Responden13	3	3	3	3	4	4	4	24	3.4
Responden14	5	5	5	5	5	6	5	36	5.1
Responden15	3	4	4	3	4	4	3	25	3.6
Responden16	5	6	5	6	6	5	6	39	5.6
Responden17	2	3	3	3	3	4	4	22	3.1
Responden18	1	1	1	2	1	2	2	10	1.4
Responden19	5	4	5	5	5	5	5	34	4.9
Responden20	2	2	1	2	2	1	3	13	1.9
Responden21	4	4	5	4	4	5	5	31	4.4
Responden22	5	6	5	5	4	5	4	34	4.9
Responden23	4	3	3	3	4	4	4	25	3.6
Responden24	4	4	4	4	4	4	4	28	4.0
Responden25	4	4	5	4	5	5	6	33	4.7
Responden26	3	4	3	3	2	3	3	21	3.0
Responden27	4	3	3	3	2	4	4	23	3.3

Responden28	2	2	2	2	3	3	3	17	2.4
Responden29	4	3	4	6	6	6	6	35	5.0
Responden30	4	4	4	4	4	4	4	28	4.0
Responden31	4	4	4	4	4	4	4	28	4.0
Responden32	3	3	3	4	3	3	3	22	3.1
Responden33	4	3	2	4	4	3	4	24	3.4
Responden34	4	3	3	2	4	4	4	24	3.4
Responden35	4	3	3	3	4	4	5	26	3.7
Responden36	2	3	3	3	3	4	4	22	3.1
Responden37	4	5	4	5	5	5	5	33	4.7
Responden38	4	3	4	3	4	3	4	25	3.6
Responden39	2	3	3	4	4	4	5	25	3.6
Responden40	3	3	3	3	3	3	3	21	3.0
Responden41	4	4	5	3	4	4	4	28	4.0
Responden42	4	2	3	4	3	2	3	21	3.0
Responden43	3	4	3	2	3	4	3	22	3.1
Responden44	4	4	3	4	4	3	3	25	3.6
Responden45	2	3	3	2	3	3	2	18	2.6
Responden46	4	3	4	3	4	3	4	25	3.6
Responden47	3	3	4	4	4	3	5	26	3.7
Responden48	4	4	5	5	4	4	4	30	4.3
Responden49	4	5	5	5	5	4	5	33	4.7
Responden50	5	5	6	6	6	4	5	37	5.3
Responden51	5	4	4	4	5	4	4	30	4.3
Responden52	4	5	4	4	3	5	4	29	4.1
Responden53	1	2	5	3	5	5	5	26	3.7
Responden54	4	5	4	5	3	4	5	30	4.3
Responden55	3	4	4	3	4	4	3	25	3.6
Responden56	3	3	3	4	4	4	4	25	3.6
Responden57	5	4	6	6	6	4	6	37	5.3
Responden58	5	5	5	6	5	5	4	35	5.0
Responden59	3	3	2	2	6	6	3	25	3.6
Responden60	4	4	2	3	3	3	3	22	3.1

Responden94	3	3	4	4	4	5	4	27	3.9
Responden95	4	5	3	3	4	4	4	27	3.9
Responden96	6	4	4	4	4	3	4	29	4.1
Responden97	5	5	3	3	3	6	5	30	4.3
Responden98	5	5	5	4	5	5	5	34	4.9
Responden99	6	6	4	4	5	4	6	35	5.0
Responden100	5	6	6	6	6	6	6	41	5.9
Responden101	4	5	3	4	5	4	5	30	4.3
Responden102	4	4	4	4	5	4	4	29	4.1
Responden103	5	4	4	4	5	4	4	30	4.3
Responden104	3	4	2	3	3	3	3	21	3.0
Responden105	5	5	5	6	5	5	4	35	5.0



LAMPIRAN 5
DATA PS

BANK	PS1	PS2	PS3	PS4	jum	rata-rata
Responden1	4	4	5	3	16	4
Responden2	4	4	5	3	16	4
Responden3	4	4	4	4	16	4
Responden4	3	3	3	3	12	3
Responden5	4	3	3	3	13	3.3
Responden6	6	6	6	5	23	5.8
Responden7	3	3	3	3	12	3.0
Responden8	4	4	5	5	18	4.5
Responden9	4	5	5	4	18	4.5
Responden10	3	5	5	5	18	4.5
Responden11	3	4	4	4	15	3.8
Responden12	3	3	3	3	12	3.0
Responden13	3	4	4	4	15	3.8
Responden14	4	5	5	5	19	4.8
Responden15	4	4	3	3	14	3.5
Responden16	6	6	6	5	23	5.8
Responden17	4	5	4	4	17	4.3
Responden18	2	3	2	3	10	2.5
Responden19	4	5	6	5	20	5.0
Responden20	3	3	5	5	16	4.0
Responden21	4	4	4	4	16	4.0
Responden22	5	6	2	5	18	4.5
Responden23	5	5	5	5	20	5.0
Responden24	5	5	4	3	17	4.3
Responden25	5	5	5	4	19	4.8
Responden26	4	5	5	5	19	4.8
Responden27	5	5	5	5	20	5.0
Responden28	4	3	4	3	14	3.5

Responden29	4	4	4	5	17	4.3
Responden30	4	3	4	4	15	3.8
Responden31	4	3	4	4	15	3.8
Responden32	4	4	3	4	15	3.8
Responden33	4	5	6	4	19	4.8
Responden34	4	4	4	4	16	4.0
Responden35	4	4	4	4	16	4.0
Responden36	3	3	3	3	12	3.0
Responden37	3	3	4	4	14	3.5
Responden38	3	3	3	3	12	3.0
Responden39	2	2	2	2	8	2.0
Responden40	4	4	4	4	16	4.0
Responden41	4	3	4	3	14	3.5
Responden42	3	2	3	4	12	3.0
Responden43	4	3	5	3	15	3.8
Responden44	4	4	3	4	15	3.8
Responden45	3	4	4	3	14	3.5
Responden46	3	3	3	3	12	3.0
Responden47	4	5	5	6	20	5.0
Responden48	4	5	4	5	18	4.5
Responden49	5	5	5	6	21	5.3
Responden50	4	4	3	5	16	4.0
Responden51	4	3	5	4	16	4.0
Responden52	4	4	4	5	17	4.3
Responden53	5	4	5	5	19	4.8
Responden54	4	4	3	3	14	3.5
Responden55	4	4	3	3	14	3.5
Responden56	4	4	4	3	15	3.8
Responden57	4	3	4	6	17	4.3
Responden58	5	4	5	4	18	4.5
Responden59	4	3	3	6	16	4.0
Responden60	4	4	5	4	17	4.3
Responden61	5	6	6	5	22	5.5

Responden62	3	2	3	2	10	2.5
Responden63	3	2	3	3	11	2.8
Responden64	6	4	6	4	20	5.0
Responden65	5	5	5	5	20	5.0
Responden66	5	5	5	5	20	5.0
Responden67	6	6	6	6	24	6.0
Responden68	5	6	6	5	22	5.5
Responden69	4	5	4	4	17	4.3
Responden70	3	3	5	4	15	3.8
Responden71	3	4	4	3	14	3.5
Responden72	4	4	5	5	18	4.5
Responden73	4	4	5	5	18	4.5
Responden74	5	4	4	4	17	4.3
Responden75	6	4	6	3	19	4.8
Responden76	3	2	3	2	10	2.5
Responden77	3	3	3	3	12	3.0
Responden78	6	6	5	4	21	5.3
Responden79	6	5	6	5	22	5.5
Responden80	6	5	5	3	19	4.8
Responden81	3	5	6	6	20	5.0
Responden82	4	5	3	4	16	4.0
Responden83	5	4	4	4	17	4.3
Responden84	3	3	3	3	12	3.0
Responden85	5	4	4	5	18	4.5
Responden86	3	4	2	5	14	3.5
Responden87	4	5	6	5	20	5.0
Responden88	5	6	5	5	21	5.3
Responden89	3	4	5	3	15	3.8
Responden90	3	2	2	2	9	2.3
Responden91	4	5	6	5	20	5.0
Responden92	4	4	4	5	17	4.3
Responden93	4	3	4	4	15	3.8
Responden94	5	4	4	3	16	4.0

Responden95	3	3	4	4	14	3.5
Responden96	3	3	4	4	14	3.5
Responden97	4	3	5	4	16	4.0
Responden98	5	5	4	4	18	4.5
Responden99	3	4	4	4	15	3.8
Responden100	6	6	6	6	24	6.0
Responden101	3	4	4	3	14	3.5
Responden102	5	4	4	4	17	4.3
Responden103	5	6	6	5	22	5.5
Responden104	3	2	3	2	10	2.5
Responden105	5	4	5	4	18	4.5



LAMPIRAN 6
DATA AJ

BANK	AJ1	AJ2	AJ3	Jum	rata-rata
<i>Responden1</i>	3	3	6	12	4
<i>Responden2</i>	3	3	5	11	3.7
<i>Responden3</i>	3	3	4	10	3.3
<i>Responden4</i>	3	3	3	9	3.0
<i>Responden5</i>	4	4	3	11	3.7
<i>Responden6</i>	5	5	5	15	5.0
<i>Responden7</i>	2	3	3	8	2.7
<i>Responden8</i>	5	4	5	14	4.7
<i>Responden9</i>	5	4	5	14	4.7
<i>Responden10</i>	4	4	5	13	4.3
<i>Responden11</i>	4	4	3	11	3.7
<i>Responden12</i>	3	3	3	9	3.0
<i>Responden13</i>	5	4	4	13	4.3
<i>Responden14</i>	6	5	5	16	5.3
<i>Responden15</i>	3	5	6	14	4.7
<i>Responden16</i>	5	6	5	16	5.3
<i>Responden17</i>	4	3	4	11	3.7
<i>Responden18</i>	3	2	3	8	2.7
<i>Responden19</i>	4	5	4	13	4.3
<i>Responden20</i>	4	4	5	13	4.3
<i>Responden21</i>	4	4	5	13	4.3
<i>Responden22</i>	5	5	5	15	5.0
<i>Responden23</i>	3	4	4	11	3.7
<i>Responden24</i>	3	4	5	12	4.0
<i>Responden25</i>	5	5	5	15	5.0
<i>Responden26</i>	5	5	5	15	5.0
<i>Responden27</i>	3	3	4	10	3.3
<i>Responden28</i>	3	3	3	9	3.0

Responden29	5	3	3	11	3.7
Responden30	3	3	3	9	3.0
Responden31	3	3	3	9	3.0
Responden32	4	5	4	13	4.3
Responden33	2	3	4	9	3.0
Responden34	3	3	2	8	2.7
Responden35	3	3	3	9	3.0
Responden36	3	3	3	9	3.0
Responden37	3	4	3	10	3.3
Responden38	3	3	3	9	3.0
Responden39	5	4	5	14	4.7
Responden40	4	4	4	12	4.0
Responden41	4	3	3	10	3.3
Responden42	3	3	3	9	3.0
Responden43	3	5	4	12	4.0
Responden44	4	3	4	11	3.7
Responden45	3	3	3	9	3.0
Responden46	3	3	3	9	3.0
Responden47	5	4	4	13	4.3
Responden48	4	5	4	13	4.3
Responden49	5	5	5	15	5.0
Responden50	3	3	3	9	3.0
Responden51	4	4	4	12	4.0
Responden52	4	4	4	12	4.0
Responden53	5	5	5	15	5.0
Responden54	4	4	3	11	3.7
Responden55	3	5	6	14	4.7
Responden56	5	4	4	13	4.3
Responden57	4	3	3	10	3.3
Responden58	4	5	4	13	4.3
Responden59	3	3	3	9	3.0
Responden60	5	4	5	14	4.7
Responden61	5	4	6	15	5.0

Responden62	3	2	3	8	2.7
Responden63	3	3	3	9	3.0
Responden64	4	5	4	13	4.3
Responden65	4	5	4	13	4.3
Responden66	6	5	5	16	5.3
Responden67	6	6	6	18	6.0
Responden68	6	6	6	18	6.0
Responden69	3	3	4	10	3.3
Responden70	4	4	6	14	4.7
Responden71	3	4	3	10	3.3
Responden72	5	5	5	15	5.0
Responden73	4	4	4	12	4.0
Responden74	4	4	5	13	4.3
Responden75	4	5	4	13	4.3
Responden76	3	2	3	8	2.7
Responden77	3	3	3	9	3.0
Responden78	6	6	6	18	6.0
Responden79	5	4	5	14	4.7
Responden80	4	5	5	14	4.7
Responden81	5	6	6	17	5.7
Responden82	5	4	5	14	4.7
Responden83	4	4	4	12	4.0
Responden84	3	3	3	9	3.0
Responden85	5	4	5	14	4.7
Responden86	3	4	5	12	4.0
Responden87	4	5	5	14	4.7
Responden88	5	4	5	14	4.7
Responden89	2	4	5	11	3.7
Responden90	3	3	3	9	3.0
Responden91	2	4	4	10	3.3
Responden92	4	4	5	13	4.3
Responden93	3	3	3	9	3.0
Responden94	4	4	5	13	4.3

Responden95	4	3	4	11	3.7
Responden96	4	4	5	13	4.3
Responden97	4	4	6	14	4.7
Responden98	5	4	5	14	4.7
Responden99	3	4	4	11	3.7
Responden100	6	6	6	18	6.0
Responden101	3	4	3	10	3.3
Responden102	4	4	4	12	4.0
Responden103	5	4	6	15	5.0
Responden104	3	2	3	8	2.7
Responden105	4	5	4	13	4.3



LAMPIRAN 7
DATA KT

BANK	KT1	KT2	KT3	Jum	rata-rata
<i>Responden1</i>	4	4	4	12	4
<i>Responden2</i>	4	4	4	12	4
<i>Responden3</i>	4	4	5	13	4.3
<i>Responden4</i>	6	3	1	10	3.3
<i>Responden5</i>	4	4	4	12	4.0
<i>Responden6</i>	4	5	5	14	4.7
<i>Responden7</i>	4	3	5	12	4.0
<i>Responden8</i>	3	4	4	11	3.7
<i>Responden9</i>	5	5	3	13	4.3
<i>Responden10</i>	5	6	5	16	5.3
<i>Responden11</i>	5	5	4	14	4.7
<i>Responden12</i>	6	6	6	18	6.0
<i>Responden13</i>	4	3	5	12	4.0
<i>Responden14</i>	6	6	6	18	6.0
<i>Responden15</i>	4	3	4	11	3.7
<i>Responden16</i>	5	5	6	16	5.3
<i>Responden17</i>	4	3	4	11	3.7
<i>Responden18</i>	2	2	3	7	2.3
<i>Responden19</i>	5	5	5	15	5.0
<i>Responden20</i>	6	6	4	16	5.3
<i>Responden21</i>	5	5	5	15	5.0
<i>Responden22</i>	2	5	5	12	4.0
<i>Responden23</i>	4	3	5	12	4.0
<i>Responden24</i>	4	5	4	13	4.3
<i>Responden25</i>	4	4	6	14	4.7
<i>Responden26</i>	4	4	4	12	4.0
<i>Responden27</i>	2	2	3	7	2.3
<i>Responden28</i>	3	2	3	8	2.7

Responden29	4	4	5	13	4.3
Responden30	4	4	3	11	3.7
Responden31	4	4	3	11	3.7
Responden32	3	4	5	12	4.0
Responden33	5	4	4	13	4.3
Responden34	4	4	4	12	4.0
Responden35	3	2	5	10	3.3
Responden36	3	2	2	7	2.3
Responden37	3	4	5	12	4.0
Responden38	3	4	3	10	3.3
Responden39	4	4	6	14	4.7
Responden40	5	5	5	15	5.0
Responden41	5	5	3	13	4.3
Responden42	4	4	4	12	4.0
Responden43	2	3	4	9	3.0
Responden44	3	3	4	10	3.3
Responden45	3	3	3	9	3.0
Responden46	3	4	3	10	3.3
Responden47	6	6	5	17	5.7
Responden48	4	4	3	11	3.7
Responden49	3	4	4	11	3.7
Responden50	3	2	3	8	2.7
Responden51	4	4	5	13	4.3
Responden52	3	2	2	7	2.3
Responden53	5	5	5	15	5.0
Responden54	3	5	5	13	4.3
Responden55	4	3	4	11	3.7
Responden56	5	6	5	16	5.3
Responden57	6	5	4	15	5.0
Responden58	4	5	6	15	5.0
Responden59	6	5	5	16	5.3
Responden60	5	5	4	14	4.7
Responden61	5	5	6	16	5.3

Responden62	1	3	3	7	2.3
Responden63	3	3	3	9	3.0
Responden64	6	4	6	16	5.3
Responden65	5	5	5	15	5.0
Responden66	6	6	6	18	6.0
Responden67	6	6	6	18	6.0
Responden68	6	6	4	16	5.3
Responden69	4	3	5	12	4.0
Responden70	5	5	6	16	5.3
Responden71	4	5	5	14	4.7
Responden72	4	3	5	12	4.0
Responden73	5	6	5	16	5.3
Responden74	5	5	5	15	5
Responden75	4	4	6	14	4.7
Responden76	2	3	3	8	2.7
Responden77	4	3	4	11	3.7
Responden78	6	6	6	18	6
Responden79	4	5	4	13	4.3
Responden80	6	5	5	16	5.3
Responden81	5	6	6	17	5.7
Responden82	5	4	4	13	4.3
Responden83	4	4	5	13	4.3
Responden84	4	4	5	13	4.3
Responden85	6	4	5	15	5
Responden86	3	1	2	6	2
Responden87	5	4	5	14	4.7
Responden88	6	6	6	18	6
Responden89	1	3	2	6	2.0
Responden90	3	3	2	8	2.7
Responden91	5	5	4	14	4.7
Responden92	5	4	4	13	4.3
Responden93	4	4	3	11	3.7
Responden94	3	4	3	10	3.3

Responden95	5	5	4	14	4.7
Responden96	6	4	5	15	5.0
Responden97	5	5	6	16	5.3
Responden98	6	6	5	17	5.7
Responden99	5	5	5	15	5
Responden100	6	6	6	18	6
Responden101	4	5	5	14	4.7
Responden102	4	4	5	13	4.3
Responden103	5	5	6	16	5.3
Responden104	1	2	2	5	1.7
Responden105	4	5	6	15	5



**LAMPIRAN 8
DATA KPK**

BANK	KAK1	KAK2	KAK3	KAK4	jum	rata-rata
<i>Responden1</i>	4	4	5	4	17	4.3
<i>Responden2</i>	4	4	4	5	17	4.3
<i>Responden3</i>	5	5	4	5	19	4.8
<i>Responden4</i>	6	6	5	5	22	5.5
<i>Responden5</i>	3	3	3	4	13	3.3
<i>Responden6</i>	5	3	3	5	16	4.0
<i>Responden7</i>	4	4	4	4	16	4.0
<i>Responden8</i>	5	3	5	6	19	4.8
<i>Responden9</i>	5	5	4	4	18	4.5
<i>Responden10</i>	4	3	5	5	17	4.3
<i>Responden11</i>	5	5	3	5	18	4.5
<i>Responden12</i>	6	6	6	6	24	6.0
<i>Responden13</i>	4	3	3	3	13	3.3
<i>Responden14</i>	6	6	6	6	24	6.0
<i>Responden15</i>	5	4	4	4	17	4.3
<i>Responden16</i>	6	6	5	5	22	5.5
<i>Responden17</i>	2	3	3	4	12	3.0
<i>Responden18</i>	2	3	1	2	8	2.0
<i>Responden19</i>	6	6	6	6	24	6.0
<i>Responden20</i>	4	4	2	3	13	3.3
<i>Responden21</i>	5	5	4	4	18	4.5
<i>Responden22</i>	5	5	5	2	17	4.3
<i>Responden23</i>	4	5	4	3	16	4.0
<i>Responden24</i>	3	4	5	6	18	4.5
<i>Responden25</i>	6	6	6	6	24	6.0
<i>Responden26</i>	6	1	5	6	18	4.5
<i>Responden27</i>	3	3	4	4	14	3.5
<i>Responden28</i>	4	4	3	3	14	3.5

Responden29	6	6	6	6	24	6.0
Responden30	4	4	3	3	14	3.5
Responden31	4	4	3	3	14	3.5
Responden32	5	4	3	5	17	4.3
Responden33	5	3	4	4	16	4.0
Responden34	3	3	3	3	12	3.0
Responden35	5	4	4	4	17	4.3
Responden36	3	3	2	2	10	2.5
Responden37	5	5	5	5	20	5.0
Responden38	4	3	4	3	14	3.5
Responden39	6	5	6	6	23	5.8
Responden40	3	5	5	5	18	4.5
Responden41	5	4	5	5	19	4.8
Responden42	3	4	4	3	14	3.5
Responden43	3	4	2	5	14	3.5
Responden44	3	2	3	4	12	3.0
Responden45	4	4	3	4	15	3.8
Responden46	4	3	4	3	14	3.5
Responden47	4	3	6	6	19	4.8
Responden48	5	5	4	4	18	4.5
Responden49	5	5	5	4	19	4.8
Responden50	4	4	3	3	14	3.5
Responden51	5	5	4	4	18	4.5
Responden52	5	4	4	4	17	4.3
Responden53	5	5	5	6	21	5.3
Responden54	5	4	3	3	15	3.8
Responden55	5	4	4	4	17	4.3
Responden56	5	5	4	5	19	4.8
Responden57	5	5	6	6	22	5.5
Responden58	5	4	5	5	19	4.8
Responden59	3	3	4	5	15	3.8
Responden60	5	4	4	4	17	4.3
Responden61	5	6	5	5	21	5.3

Responden62	2	3	2	1	8	2.0
Responden63	4	4	3	3	14	3.5
Responden64	4	6	4	5	19	4.8
Responden65	5	5	4	4	18	4.5
Responden66	6	6	6	6	24	6.0
Responden67	6	6	5	5	22	5.5
Responden68	6	6	6	4	22	5.5
Responden69	3	5	4	4	16	4.0
Responden70	6	6	5	5	22	5.5
Responden71	5	5	4	5	19	4.8
Responden72	4	5	4	4	17	4.3
Responden73	6	6	3	4	19	4.8
Responden74	5	5	5	5	20	5.0
Responden75	6	6	6	6	24	6.0
Responden76	2	3	2	3	10	2.5
Responden77	5	5	4	4	18	4.5
Responden78	3	4	4	5	16	4.0
Responden79	5	5	5	5	20	5.0
Responden80	3	3	4	3	13	3.3
Responden81	5	6	6	4	21	5.3
Responden82	5	4	5	5	19	4.8
Responden83	5	5	4	4	18	4.5
Responden84	5	5	4	4	18	4.5
Responden85	2	2	4	5	13	3.3
Responden86	2	1	2	1	6	1.5
Responden87	5	5	5	4	19	4.8
Responden88	6	6	5	6	23	5.8
Responden89	4	3	2	2	11	2.8
Responden90	2	2	2	2	8	2.0
Responden91	5	3	3	4	15	3.8
Responden92	5	5	4	4	18	4.5
Responden93	4	4	3	3	14	3.5
Responden94	3	4	3	3	13	3.3

Responden95	3	5	3	4	15	3.8
Responden96	6	6	4	4	20	5.0
Responden97	6	6	6	4	22	5.5
Responden98	6	6	5	6	23	5.8
Responden99	6	6	5	5	22	5.5
Responden100	5	6	6	6	23	5.8
Responden101	5	5	4	5	19	4.8
Responden102	5	5	4	4	18	4.5
Responden103	5	6	5	5	21	5.3
Responden104	2	3	2	1	8	2.0
Responden105	5	4	5	5	19	4.8



**LAMPIRAN 9
DATA KA**

BANK	KA1	KA2	KA3	KA4	jum	rata-rata
Responden1	4	4	6	2	16	4
Responden2	4	4	6	2	16	4
Responden3	4	4	5	4	17	4.3
Responden4	5	5	5	5	20	5.0
Responden5	3	3	3	3	12	3.0
Responden6	6	5	5	6	22	5.5
Responden7	3	4	4	3	14	3.5
Responden8	5	5	4	3	17	4.3
Responden9	5	4	4	2	15	3.8
Responden10	6	5	5	5	21	5.3
Responden11	5	5	5	3	18	4.5
Responden12	6	6	6	6	24	6.0
Responden13	5	5	5	3	18	4.5
Responden14	6	6	6	1	19	4.8
Responden15	4	3	4	4	15	3.8
Responden16	6	4	5	4	19	4.8
Responden17	6	4	4	4	18	4.5
Responden18	4	3	3	6	16	4.0
Responden19	5	5	5	4	19	4.8
Responden20	4	6	6	4	20	5.0
Responden21	4	4	5	4	17	4.3
Responden22	2	2	5	5	14	3.5
Responden23	5	4	4	4	17	4.3
Responden24	6	6	6	1	19	4.8
Responden25	5	5	5	5	20	5.0
Responden26	5	5	5	4	19	4.8
Responden27	4	4	4	4	16	4.0
Responden28	3	3	4	2	12	3.0

Responden29	6	6	6	1	19	4.8
Responden30	4	3	3	4	14	3.5
Responden31	4	3	3	4	14	3.5
Responden32	5	5	5	3	18	4.5
Responden33	4	4	6	4	18	4.5
Responden34	4	4	5	6	19	4.8
Responden35	4	4	4	5	17	4.3
Responden36	4	3	3	4	14	3.5
Responden37	3	3	3	4	13	3.3
Responden38	3	3	3	3	12	3.0
Responden39	4	5	5	5	19	4.8
Responden40	5	5	4	5	19	4.8
Responden41	4	4	5	2	15	3.8
Responden42	3	3	3	3	12	3.0
Responden43	4	5	4	5	18	4.5
Responden44	4	4	4	4	16	4.0
Responden45	3	3	4	2	12	3.0
Responden46	3	3	3	3	12	3.0
Responden47	5	4	5	4	18	4.5
Responden48	4	4	4	4	16	4.0
Responden49	5	5	5	4	19	4.8
Responden50	4	4	6	4	18	4.5
Responden51	5	4	5	3	17	4.3
Responden52	3	4	5	5	17	4.3
Responden53	5	5	5	5	20	5.0
Responden54	3	3	4	2	12	3.0
Responden55	4	3	4	4	15	3.8
Responden56	5	4	5	3	17	4.3
Responden57	4	4	5	2	15	3.8
Responden58	5	4	5	5	19	4.8
Responden59	5	4	5	3	17	4.3
Responden60	4	4	5	3	16	4.0
Responden61	5	5	6	5	21	5.3

Responden62	2	3	3	3	11	2.8
Responden63	3	3	3	2	11	2.8
Responden64	4	5	6	2	17	4.3
Responden65	5	4	5	4	18	4.5
Responden66	5	5	5	5	20	5.0
Responden67	6	6	6	6	24	6.0
Responden68	6	6	6	6	24	6.0
Responden69	4	5	4	4	17	4.3
Responden70	5	4	5	5	19	4.8
Responden71	3	4	4	3	14	3.5
Responden72	5	5	5	5	20	5.0
Responden73	5	4	5	3	17	4.3
Responden74	4	4	4	4	16	4.0
Responden75	5	5	6	1	17	4.3
Responden76	5	5	5	3	18	4.5
Responden77	3	3	4	3	13	3.3
Responden78	5	5	6	6	22	5.5
Responden79	5	6	6	3	20	5.0
Responden80	4	5	5	6	20	5.0
Responden81	5	4	4	6	19	4.8
Responden82	5	5	5	4	19	4.8
Responden83	4	4	5	3	16	4.0
Responden84	3	3	4	3	13	3.3
Responden85	5	4	6	3	18	4.5
Responden86	5	4	6	2	17	4.3
Responden87	5	4	4	5	18	4.5
Responden88	5	5	6	5	21	5.3
Responden89	3	5	4	3	15	3.8
Responden90	3	3	3	3	12	3.0
Responden91	5	4	6	4	19	4.8
Responden92	5	5	5	5	20	5.0
Responden93	4	3	3	4	14	3.5
Responden94	4	4	5	5	18	4.5

Responden95	4	4	4	3	15	3.8
Responden96	4	5	5	4	18	4.5
Responden97	5	4	5	4	18	4.5
Responden98	5	5	5	4	19	4.8
Responden99	5	4	5	4	18	4.5
Responden100	6	6	6	6	24	6.0
Responden101	3	4	4	3	14	3.5
Responden102	5	4	5	3	17	4.3
Responden103	5	5	6	5	21	5.3
Responden104	2	3	3	3	11	2.8
Responden105	5	3	5	5	18	4.5



LAMPIRAN 10
DATA KS

BANK	KS1	KS2	KS3	KS4	jum	rata-rata
<i>Responden1</i>	4	4	5	5	18	4.5
<i>Responden2</i>	3	3	4	5	15	3.8
<i>Responden3</i>	5	5	5	5	20	5.0
<i>Responden4</i>	4	4	5	5	18	4.5
<i>Responden5</i>	4	4	3	3	14	3.5
<i>Responden6</i>	6	6	5	5	22	5.5
<i>Responden7</i>	2	3	3	4	12	3.0
<i>Responden8</i>	5	4	4	4	17	4.3
<i>Responden9</i>	4	4	4	5	17	4.3
<i>Responden10</i>	6	6	6	6	24	6.0
<i>Responden11</i>	5	6	5	5	21	5.3
<i>Responden12</i>	6	6	6	6	24	6.0
<i>Responden13</i>	5	4	5	5	19	4.8
<i>Responden14</i>	3	4	4	4	15	3.8
<i>Responden15</i>	4	4	4	6	18	4.5
<i>Responden16</i>	5	3	3	3	14	3.5
<i>Responden17</i>	6	5	4	4	19	4.8
<i>Responden18</i>	4	3	4	5	16	4.0
<i>Responden19</i>	5	5	5	5	20	5.0
<i>Responden20</i>	4	4	5	4	17	4.3
<i>Responden21</i>	5	5	4	5	19	4.8
<i>Responden22</i>	5	2	2	2	11	2.8
<i>Responden23</i>	5	4	4	4	17	4.3
<i>Responden24</i>	4	6	5	4	19	4.8
<i>Responden25</i>	5	5	5	5	20	5.0
<i>Responden26</i>	5	5	5	5	20	5.0
<i>Responden27</i>	4	4	4	4	16	4.0
<i>Responden28</i>	4	3	4	3	14	3.5
<i>Responden29</i>	6	5	4	3	18	4.5

Responden30	4	4	4	3	15	3.8
Responden31	4	4	4	3	15	3.8
Responden32	2	4	4	4	14	3.5
Responden33	3	4	3	3	13	3.3
Responden34	3	4	3	5	15	3.8
Responden35	4	4	4	4	16	4.0
Responden36	3	3	3	3	12	3.0
Responden37	4	5	4	3	16	4.0
Responden38	3	3	3	3	12	3.0
Responden39	5	5	4	4	18	4.5
Responden40	4	4	4	4	16	4.0
Responden41	5	4	5	3	17	4.3
Responden42	4	3	3	3	13	3.3
Responden43	3	4	3	5	15	3.8
Responden44	3	4	4	3	14	3.5
Responden45	2	4	2	3	11	2.8
Responden46	3	3	3	3	12	3.0
Responden47	2	2	3	2	9	2.3
Responden48	4	5	4	4	17	4.3
Responden49	4	5	4	4	17	4.3
Responden50	3	5	4	5	17	4.3
Responden51	5	5	5	5	20	5.0
Responden52	4	4	4	6	18	4.5
Responden53	3	3	3	3	12	3.0
Responden54	4	3	3	3	13	3.3
Responden55	4	3	3	4	14	3.5
Responden56	5	4	4	4	17	4.3
Responden57	5	4	4	6	19	4.8
Responden58	3	4	5	5	17	4.3
Responden59	3	6	3	4	16	4.0
Responden60	5	4	5	4	18	4.5
Responden61	4	5	4	5	18	4.5

Responden62	2	3	3	3	11	2.8
Responden63	4	4	3	4	15	3.8
Responden64	5	6	5	6	22	5.5
Responden65	4	5	4	5	18	4.5
Responden66	3	3	3	3	12	3.0
Responden67	3	3	3	3	12	3.0
Responden68	4	5	4	4	17	4.3
Responden69	4	5	5	5	19	4.8
Responden70	5	6	6	6	23	5.8
Responden71	4	4	5	5	18	4.5
Responden72	4	4	6	5	19	4.8
Responden73	5	5	5	5	20	5.0
Responden74	5	4	5	4	18	4.5
Responden75	6	6	1	1	14	3.5
Responden76	3	3	4	3	13	3.3
Responden77	3	4	3	3	13	3.3
Responden78	5	5	5	5	20	5.0
Responden79	4	4	4	4	16	4.0
Responden80	6	5	5	3	19	4.8
Responden81	3	3	3	4	13	3.3
Responden82	5	4	4	5	18	4.5
Responden83	5	5	5	4	19	4.8
Responden84	3	4	3	3	13	3.3
Responden85	6	4	4	3	17	4.3
Responden86	2	3	3	4	12	3.0
Responden87	5	5	4	6	20	5.0
Responden88	5	5	5	5	20	5.0
Responden89	2	3	4	3	12	3.0
Responden90	2	2	2	2	8	2.0
Responden91	6	5	5	6	22	5.5
Responden92	6	5	6	5	22	5.5
Responden93	5	5	5	3	18	4.5

Responden94	5	4	5	5	19	4.8
Responden95	4	4	4	4	16	4.0
Responden96	5	5	4	4	18	4.5
Responden97	6	6	6	6	24	6.0
Responden98	5	5	5	5	20	5.0
Responden99	4	5	3	6	18	4.5
Responden100	5	6	6	6	23	5.8
Responden101	3	3	3	3	12	3.0
Responden102	5	5	5	5	20	5.0
Responden103	4	5	4	5	18	4.5
Responden104	2	3	3	3	11	2.8
Responden105	3	4	5	5	17	4.3



LAMPIRAN 11
DATA KM

BANK	KM1	KM2	KM3	jum	rata-rata
<i>Responden1</i>	5	4	4	13	4.3
<i>Responden2</i>	5	4	4	13	4.3
<i>Responden3</i>	3	3	2	8	2.7
<i>Responden4</i>	6	6	6	18	6.0
<i>Responden5</i>	4	3	4	11	3.7
<i>Responden6</i>	5	5	5	15	5.0
<i>Responden7</i>	3	2	3	8	2.7
<i>Responden8</i>	5	4	5	14	4.7
<i>Responden9</i>	5	5	4	14	4.7
<i>Responden10</i>	4	5	5	14	4.7
<i>Responden11</i>	5	3	3	11	3.7
<i>Responden12</i>	6	6	6	18	6.0
<i>Responden13</i>	3	4	4	11	3.7
<i>Responden14</i>	3	3	3	9	3.0
<i>Responden15</i>	1	1	5	7	2.3
<i>Responden16</i>	6	6	4	16	5.3
<i>Responden17</i>	4	4	5	13	4.3
<i>Responden18</i>	3	2	2	7	2.3
<i>Responden19</i>	5	5	5	15	5.0
<i>Responden20</i>	5	5	6	16	5.3
<i>Responden21</i>	4	4	4	12	4.0
<i>Responden22</i>	1	1	1	3	1.0
<i>Responden23</i>	5	4	5	14	4.7
<i>Responden24</i>	2	2	2	6	2.0
<i>Responden25</i>	3	4	5	12	4.0
<i>Responden26</i>	6	6	6	18	6.0
<i>Responden27</i>	4	5	5	14	4.7
<i>Responden28</i>	4	4	3	11	3.7
<i>Responden29</i>	3	3	4	10	3.3

Responden30	3	3	3	9	3.0
Responden31	3	3	3	9	3.0
Responden32	3	3	3	9	3.0
Responden33	4	3	3	10	3.3
Responden34	3	3	4	10	3.3
Responden35	4	6	5	15	5.0
Responden36	3	3	3	9	3.0
Responden37	1	1	1	3	1.0
Responden38	4	3	4	11	3.7
Responden39	3	3	3	9	3.0
Responden40	4	4	4	12	4.0
Responden41	4	5	5	14	4.7
Responden42	3	3	4	10	3.3
Responden43	3	2	4	9	3.0
Responden44	3	3	3	9	3.0
Responden45	3	1	2	6	2.0
Responden46	4	3	4	11	3.7
Responden47	4	4	5	13	4.3
Responden48	3	3	4	10	3.3
Responden49	4	2	3	9	3.0
Responden50	4	4	3	11	3.7
Responden51	4	4	4	12	4.0
Responden52	3	4	4	11	3.7
Responden53	1	1	1	3	1.0
Responden54	4	4	3	11	3.7
Responden55	2	3	5	10	3.3
Responden56	5	6	5	16	5.3
Responden57	3	3	3	9	3.0
Responden58	5	6	4	15	5.0
Responden59	5	4	3	12	4.0
Responden60	4	4	4	12	4.0
Responden61	4	4	5	13	4.3
Responden62	2	3	3	8	2.7

Responden63	2	2	3	7	2.3
Responden64	6	5	6	17	5.7
Responden65	6	6	6	18	6.0
Responden66	2	2	2	6	2.0
Responden67	1	1	1	3	1.0
Responden68	1	1	1	3	1.0
Responden69	3	4	4	11	3.7
Responden70	2	3	3	8	2.7
Responden71	3	3	3	9	3.0
Responden72	5	5	5	15	5.0
Responden73	3	3	3	9	3.0
Responden74	4	3	3	10	3.3
Responden75	5	5	5	15	5.0
Responden76	2	3	3	8	2.7
Responden77	3	2	2	7	2.3
Responden78	4	5	5	14	4.7
Responden79	6	6	6	18	6.0
Responden80	5	4	6	15	5.0
Responden81	6	6	4	16	5.3
Responden82	3	4	5	12	4.0
Responden83	4	4	5	13	4.3
Responden84	3	2	2	7	2.3
Responden85	4	3	5	12	4.0
Responden86	4	3	5	12	4.0
Responden87	5	5	5	15	5.0
Responden88	6	6	6	18	6.0
Responden89	1	2	4	7	2.3
Responden90	4	4	4	12	4.0
Responden91	5	4	5	14	4.7
Responden92	3	5	5	13	4.3
Responden93	3	3	3	9	3.0
Responden94	4	4	5	13	4.3
Responden95	3	3	4	10	3.3

Responden96	5	5	6	16	5.3
Responden97	3	4	3	10	3.3
Responden98	5	5	6	16	5.3
Responden99	3	3	3	9	3.0
Responden100	5	5	5	15	5.0
Responden101	3	3	3	9	3.0
Responden102	4	4	4	12	4.0
Responden103	4	4	5	13	4.3
Responden104	2	3	3	8	2.7
Responden105	5	6	4	15	5.0



LAMPIRAN 12
DATA KIN

BANK	KIN1	KIN2	KIN3	KIN4	Jum	rata-rata
<i>Responden1</i>	2	3	3	3	11	2.8
<i>Responden2</i>	2	3	3	3	11	2.8
<i>Responden3</i>	5	3	3	3	14	3.5
<i>Responden4</i>	3	3	3	3	12	3.0
<i>Responden5</i>	4	3	4	4	15	3.8
<i>Responden6</i>	5	2	1	2	10	2.5
<i>Responden7</i>	2	2	2	2	8	2.0
<i>Responden8</i>	4	5	5	5	19	4.8
<i>Responden9</i>	6	3	3	4	16	4.0
<i>Responden10</i>	6	6	6	6	24	6.0
<i>Responden11</i>	4	3	4	4	15	3.8
<i>Responden12</i>	6	6	3	3	18	4.5
<i>Responden13</i>	3	3	3	3	12	3.0
<i>Responden14</i>	4	4	4	4	16	4.0
<i>Responden15</i>	6	5	4	4	19	4.8
<i>Responden16</i>	6	4	4	5	19	4.8
<i>Responden17</i>	5	4	3	3	15	3.8
<i>Responden18</i>	2	2	3	2	9	2.3
<i>Responden19</i>	4	4	4	4	16	4.0
<i>Responden20</i>	5	5	5	3	18	4.5
<i>Responden21</i>	5	4	5	5	19	4.8
<i>Responden22</i>	2	1	1	1	5	1.3
<i>Responden23</i>	4	3	4	5	16	4.0
<i>Responden24</i>	4	3	4	3	14	3.5
<i>Responden25</i>	4	4	4	4	16	4.0
<i>Responden26</i>	6	5	5	5	21	5.3
<i>Responden27</i>	4	4	4	4	16	4.0
<i>Responden28</i>	3	2	2	3	10	2.5

Responden29	4	5	5	5	19	4.8
Responden30	4	3	2	2	11	2.8
Responden31	4	3	2	2	11	2.8
Responden32	5	4	4	4	17	4.3
Responden33	5	1	1	1	8	2.0
Responden34	5	4	4	4	17	4.3
Responden35	5	4	4	4	17	4.3
Responden36	2	1	1	1	5	1.3
Responden37	1	2	2	2	7	1.8
Responden38	3	4	3	4	14	3.5
Responden39	6	4	4	4	18	4.5
Responden40	5	4	4	4	17	4.3
Responden41	4	2	3	2	11	2.8
Responden42	4	3	3	3	13	3.3
Responden43	2	4	3	4	13	3.3
Responden44	2	3	2	2	9	2.3
Responden45	3	2	2	2	9	2.3
Responden46	3	4	3	4	14	3.5
Responden47	5	5	4	4	18	4.5
Responden48	4	4	5	4	17	4.3
Responden49	3	3	3	3	12	3.0
Responden50	3	2	2	3	10	2.5
Responden51	4	4	3	3	14	3.5
Responden52	3	4	3	4	14	3.5
Responden53	5	5	4	4	18	4.5
Responden54	4	4	3	2	13	3.3
Responden55	6	6	5	4	21	5.3
Responden56	5	5	5	5	20	5.0
Responden57	5	4	3	3	15	3.8
Responden58	5	4	6	5	20	5.0
Responden59	5	2	2	2	11	2.8
Responden60	4	2	2	2	10	2.5
Responden61	6	4	4	6	20	5.0

Responden62	4	2	3	2	11	2.8
Responden63	3	2	2	2	9	2.3
Responden64	5	4	5	4	18	4.5
Responden65	6	4	4	4	18	4.5
Responden66	3	3	3	3	12	3.0
Responden67	1	1	1	1	4	1.0
Responden68	1	1	1	1	4	1.0
Responden69	5	5	5	4	19	4.8
Responden70	6	6	5	5	22	5.5
Responden71	5	4	3	3	15	3.8
Responden72	5	4	3	3	15	3.8
Responden73	4	5	3	4	16	4.0
Responden74	4	4	4	4	16	4.0
Responden75	6	1	4	1	12	3.0
Responden76	4	2	3	2	11	2.8
Responden77	5	3	3	3	14	3.5
Responden78	5	5	4	4	18	4.5
Responden79	4	4	5	5	18	4.5
Responden80	6	3	2	3	14	3.5
Responden81	5	3	4	4	16	4.0
Responden82	5	4	4	3	16	4.0
Responden83	4	4	3	3	14	3.5
Responden84	5	3	3	3	14	3.5
Responden85	6	2	3	2	13	3.3
Responden86	5	2	1	1	9	2.3
Responden87	5	4	4	4	17	4.3
Responden88	6	5	5	5	21	5.3
Responden89	1	2	3	1	7	1.8
Responden90	3	2	2	2	9	2.3
Responden91	5	1	1	1	8	2.0
Responden92	6	4	4	4	18	4.5
Responden93	4	3	2	2	11	2.8
Responden94	4	4	5	3	16	4.0

Responden95	4	3	3	3	13	3.3
Responden96	6	5	4	6	21	5.3
Responden97	6	6	5	5	22	5.5
Responden98	5	4	4	5	18	4.5
Responden99	4	3	4	3	14	3.5
Responden100	5	5	6	6	22	5.5
Responden101	5	4	3	3	15	3.8
Responden102	4	4	3	3	14	3.5
Responden103	6	4	4	6	20	5.0
Responden104	4	2	3	2	11	2.8
Responden105	5	4	6	5	20	5.0



LAMPIRAN 13
DATA KP

BANK	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Jum	rata-rata
Responden1	3	6	3	3	5	20	4
Responden2	3	3	3	3	3	15	3
Responden3	5	5	5	4	4	23	4.6
Responden4	6	1	1	3	3	14	2.8
Responden5	4	3	3	3	4	17	3.4
Responden6	2	3	2	2	5	14	2.8
Responden7	4	4	4	3	3	18	3.6
Responden8	3	4	4	3	5	19	3.8
Responden9	4	5	5	4	5	23	4.6
Responden10	4	4	4	4	6	22	4.4
Responden11	4	5	5	5	6	25	5
Responden12	6	6	6	6	6	30	6
Responden13	3	3	3	3	4	16	3.2
Responden14	4	5	5	5	5	24	4.8
Responden15	3	3	4	3	4	17	3.4
Responden16	5	6	6	6	6	29	5.8
Responden17	3	4	3	4	3	17	3.4
Responden18	2	3	2	3	2	12	2.4
Responden19	5	4	5	4	5	23	4.6
Responden20	4	6	6	5	5	26	5.2
Responden21	4	4	4	4	4	20	4
Responden22	5	5	5	2	5	22	4.4
Responden23	3	5	4	4	5	21	4.2
Responden24	3	3	3	5	6	20	4
Responden25	5	5	4	5	5	24	4.8
Responden26	5	5	5	5	5	25	5
Responden27	4	5	5	3	4	21	4.2
Responden28	3	5	4	4	4	20	4
Responden29	5	5	5	5	5	25	5

Responden30	2	2	2	2	3	11	2.2
Responden31	2	2	2	2	3	11	2.2
Responden32	3	3	3	4	4	17	3.4
Responden33	4	4	3	4	3	18	3.6
Responden34	4	3	4	3	3	17	3.4
Responden35	5	3	4	4	3	19	3.8
Responden36	2	5	3	4	5	19	3.8
Responden37	3	3	3	4	4	17	3.4
Responden38	1	2	1	1	3	8	1.6
Responden39	2	3	3	2	1	11	2.2
Responden40	3	4	3	4	4	18	3.6
Responden41	4	3	3	3	4	17	3.4
Responden42	3	2	3	4	3	15	3
Responden43	4	3	5	4	3	19	3.8
Responden44	4	4	4	3	3	18	3.6
Responden45	3	3	3	3	3	15	3
Responden46	1	2	1	1	3	8	1.6
Responden47	4	6	6	6	5	27	5.4
Responden48	3	4	5	4	5	21	4.2
Responden49	4	5	5	5	4	23	4.6
Responden50	2	5	3	4	4	18	3.6
Responden51	4	5	4	5	4	22	4.4
Responden52	4	4	3	3	3	17	3.4
Responden53	3	5	4	6	6	24	4.8
Responden54	4	5	5	5	6	25	5
Responden55	3	3	4	3	4	17	3.4
Responden56	4	4	3	4	4	19	3.8
Responden57	4	3	3	3	4	17	3.4
Responden58	4	5	6	4	5	24	4.8
Responden59	4	5	5	5	3	22	4.4
Responden60	3	5	4	4	4	20	4
Responden61	4	4	4	4	4	20	4
Responden62	3	2	2	3	3	13	2.6

Responden63	2	2	3	3	3	13	2.6
Responden64	5	6	4	5	6	26	5.2
Responden65	5	5	5	5	5	25	5
Responden66	6	6	6	6	6	30	6
Responden67	6	6	6	6	6	30	6
Responden68	5	5	4	4	5	23	4.6
Responden69	4	5	4	4	5	22	4.4
Responden70	4	3	3	4	3	17	3.4
Responden71	4	5	5	5	5	24	4.8
Responden72	4	5	4	4	5	22	4.4
Responden73	4	5	4	4	5	22	4.4
Responden74	4	5	4	3	3	19	3.8
Responden75	4	6	4	5	4	23	4.6
Responden76	3	2	3	4	4	16	3.2
Responden77	3	5	5	5	4	22	4.4
Responden78	5	5	5	5	5	25	5
Responden79	5	5	5	5	5	25	5
Responden80	4	5	5	6	6	26	5.2
Responden81	5	5	4	6	6	26	5.2
Responden82	6	6	6	6	5	29	5.8
Responden83	4	5	4	5	5	23	4.6
Responden84	3	5	5	5	4	22	4.4
Responden85	2	3	4	3	3	15	3
Responden86	1	3	4	1	3	12	2.4
Responden87	5	6	4	6	5	26	5.2
Responden88	5	5	5	5	5	25	5
Responden89	1	5	3	3	3	15	3
Responden90	3	3	3	3	3	15	3
Responden91	4	4	3	6	5	22	4.4
Responden92	5	6	3	5	4	23	4.6
Responden93	2	2	2	22	3	31	6.2
Responden94	4	3	4	5	5	21	4.2
Responden95	4	5	4	4	5	22	4.4

Responden96	4	5	3	3	4	19	3.8
Responden97	4	3	3	4	3	17	3.4
Responden98	5	5	4	5	5	24	4.8
Responden99	4	5	4	5	6	24	4.8
Responden100	6	6	6	6	6	30	6
Responden101	4	5	5	5	5	24	4.8
Responden102	4	5	4	5	4	22	4.4
Responden103	4	5	5	4	4	22	4.4
Responden104	3	2	2	3	2	12	2.4
Responden105	4	5	6	4	5	24	4.8



LAMPIRAN 14
DATA TR

BANK	TR1	TR2	TR3	TR4	TR5	jum	rata-rata
<i>Responden1</i>	3	4	5	5	5	22	4.4
<i>Responden2</i>	5	5	5	5	5	25	5
<i>Responden3</i>	5	5	6	4	5	25	5
<i>Responden4</i>	5	4	5	5	5	24	4.8
<i>Responden5</i>	4	4	4	4	3	19	3.8
<i>Responden6</i>	2	5	6	6	5	24	4.8
<i>Responden7</i>	4	2	5	4	4	19	3.8
<i>Responden8</i>	4	4	5	5	4	22	4.4
<i>Responden9</i>	3	3	4	4	5	19	3.8
<i>Responden10</i>	4	4	6	5	6	25	5
<i>Responden11</i>	5	5	6	6	5	27	5.4
<i>Responden12</i>	3	3	3	5	6	20	4
<i>Responden13</i>	3	3	5	4	5	20	4
<i>Responden14</i>	2	3	3	5	4	17	3.4
<i>Responden15</i>	2	2	2	6	6	18	3.6
<i>Responden16</i>	3	4	5	5	3	20	4
<i>Responden17</i>	2	3	4	4	4	17	3.4
<i>Responden18</i>	4	4	3	4	5	20	4
<i>Responden19</i>	5	5	4	5	5	24	4.8
<i>Responden20</i>	2	2	5	6	4	19	3.8
<i>Responden21</i>	4	4	4	4	5	21	4.2
<i>Responden22</i>	2	3	2	3	3	13	2.6
<i>Responden23</i>	3	3	4	5	4	19	3.8
<i>Responden24</i>	2	2	3	4	4	15	3
<i>Responden25</i>	3	5	5	3	5	21	4.2
<i>Responden26</i>	4	4	4	4	5	21	4.2

Responden27	3	2	3	4	4	16	3.2
Responden28	3	4	4	3	3	17	3.4
Responden29	3	6	5	5	3	22	4.4
Responden30	2	2	2	4	3	13	2.6
Responden31	2	2	2	4	3	13	2.6
Responden32	2	3	3	6	4	18	3.6
Responden33	2	2	2	4	3	13	2.6
Responden34	2	4	4	3	5	18	3.6
Responden35	5	5	6	4	4	24	4.8
Responden36	4	2	3	5	3	17	3.4
Responden37	3	4	3	3	3	16	3.2
Responden38	4	3	3	4	3	17	3.4
Responden39	5	4	5	4	4	22	4.4
Responden40	4	4	5	3	4	20	4
Responden41	2	4	3	3	3	15	3
Responden42	3	3	3	4	3	16	3.2
Responden43	3	5	4	4	5	21	4.2
Responden44	4	4	4	4	3	19	3.8
Responden45	4	4	4	3	3	18	3.6
Responden46	4	3	3	4	3	17	3.4
Responden47	2	5	5	5	2	19	3.8
Responden48	5	5	5	5	4	24	4.8
Responden49	4	4	4	4	4	20	4
Responden50	2	2	3	3	5	15	3
Responden51	3	4	5	5	5	22	4.4
Responden52	4	2	2	6	6	20	4
Responden53	3	3	5	5	3	19	3.8
Responden54	2	2	2	4	3	13	2.6
Responden55	2	2	4	4	4	16	3.2
Responden56	2	2	3	6	4	17	3.4
Responden57	2	2	4	3	6	17	3.4

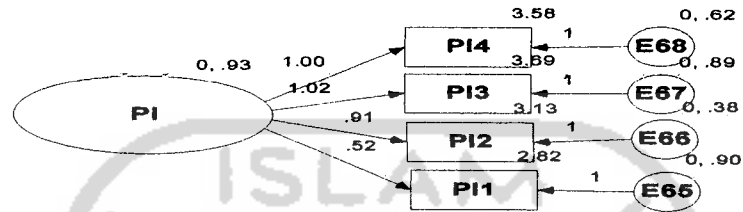
Responden58	2	4	5	5	5	21	4.2
Responden59	2	3	4	5	4	18	3.6
Responden60	2	3	4	5	4	18	3.6
Responden61	4	4	4	5	5	22	4.4
Responden62	2	2	4	3	3	14	2.8
Responden63	3	4	4	3	4	18	3.6
Responden64	4	5	5	4	6	24	4.8
Responden65	4	4	5	5	5	23	4.6
Responden66	2	2	2	6	3	15	3
Responden67	2	2	2	6	3	15	3
Responden68	3	3	3	5	4	18	3.6
Responden69	5	5	4	4	5	23	4.6
Responden70	3	3	3	6	6	21	4.2
Responden71	2	3	2	6	5	18	3.6
Responden72	4	4	6	5	5	24	4.8
Responden73	3	4	5	5	5	22	4.4
Responden74	4	6	5	4	4	23	4.6
Responden75	1	1	1	4	3	10	2
Responden76	1	1	2	6	3	13	2.6
Responden77	3	4	3	6	3	19	3.8
Responden78	4	1	2	6	5	18	3.6
Responden79	2	3	3	6	4	18	3.6
Responden80	1	4	2	5	3	15	3
Responden81	1	5	6	6	4	22	4.4
Responden82	4	4	4	4	5	21	4.2
Responden83	3	4	5	5	4	21	4.2
Responden84	2	2	3	6	3	16	3.2
Responden85	1	1	6	6	3	17	3.4
Responden86	2	1	3	3	4	13	2.6
Responden87	5	3	6	4	6	24	4.8
Responden88	5	5	5	5	5	25	5

Responden89	3	4	4	4	3	18	3.6
Responden90	3	3	2	3	3	14	2.8
Responden91	4	4	5	4	6	23	4.6
Responden92	3	5	6	3	5	22	4.4
Responden93	2	2	2	5	3	14	2.8
Responden94	4	5	4	4	5	22	4.4
Responden95	2	4	2	4	4	16	3.2
Responden96	4	3	4	3	4	18	3.6
Responden97	3	4	5	5	6	23	4.6
Responden98	2	4	5	5	5	21	4.2
Responden99	2	2	5	5	6	20	4
Responden100	4	5	6	6	6	27	5.4
Responden101	2	3	2	3	3	13	2.6
Responden102	3	4	5	5	5	22	4.4
Responden103	4	4	5	4	5	22	4.4
Responden104	3	2	3	3	3	14	2.8
Responden105	4	5	4	5	5	23	4.6



LAMPIRAN 15
LAMPIRAN CFA

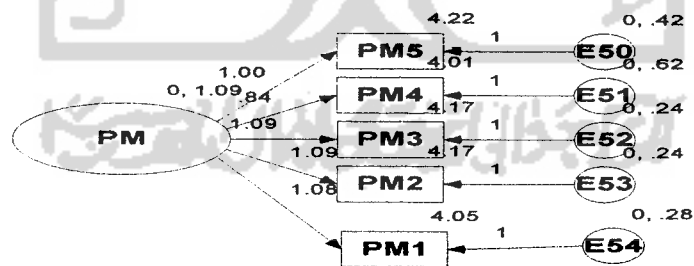
➤ Penggunaan mobile (PI)



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PI4<--- PI	1.000				
PI3<--- PI	1.017	.150	6.776	***	
PI2<--- PI	.914	.127	7.217	***	
PI1<--- PI	.524	.118	4.426	***	

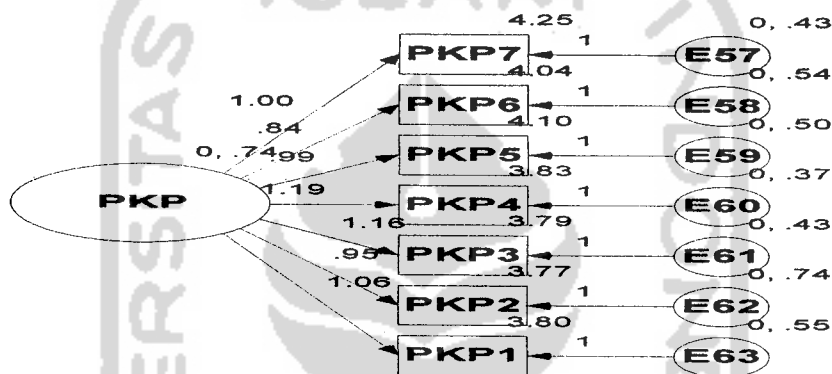
➤ Persepsi manfaat (PM)/ (Perceived usefulness)



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PM5 <--- PM	1.000				
PM4 <--- PM	.844	.093	9.063	***	
PM3 <--- PM	1.091	.084	12.985	***	
PM2 <--- PM	1.089	.084	12.921	***	
PM1 <--- PM	1.079	.086	12.567	***	

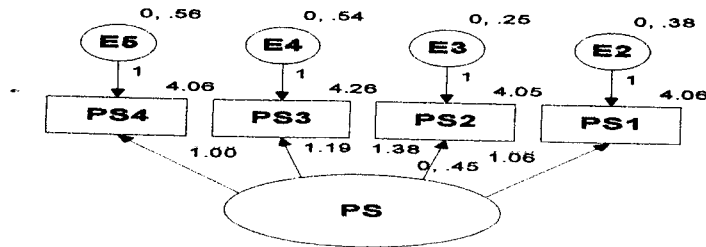
➤ **Persepsi kemudahan penggunaan (PKP)/ (Perceived ease of use)**



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PKP7 <--- PKP	1.000				
PKP6 <--- PKP	.842	.110	7.658	***	
PKP5 <--- PKP	.988	.116	8.554	***	
PKP4 <--- PKP	1.185	.120	9.877	***	
PKP3 <--- PKP	1.156	.121	9.538	***	
PKP2 <--- PKP	.952	.127	7.480	***	
PKP1 <--- PKP	1.056	.122	8.653	***	

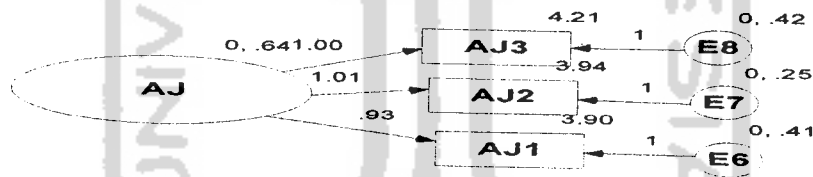
➤ Personalisasi (PS)/ (Personalization)



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PS4<---PS					
PS3<---PS	1.189	.185	6.428	***	
PS2<---PS	1.384	.194	7.144	***	
PS1<---PS	1.063	.162	6.580	***	

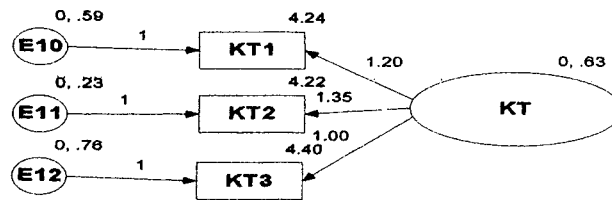
➤ Aliansi jasa (AJ)/ (Alliance services)



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
AJ1<---AJ	.928	.128	7.276	***	
AJ2<---AJ	1.005	.134	7.516	***	
AJ3<---AJ	1.000				

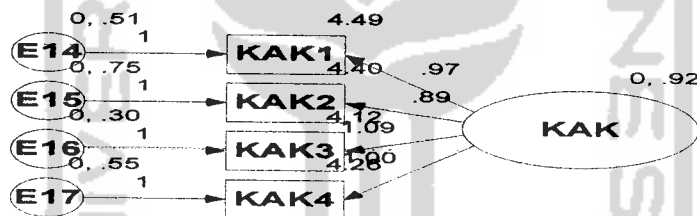
➤ **Kefamiliaran Tugas (KT)/ (Task Familiarity)**



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KT3 <--- KT	1.000				
KT2 <--- KT	1.348	.202	6.678	***	
KT1 <--- KT	1.200	.176	6.816	***	

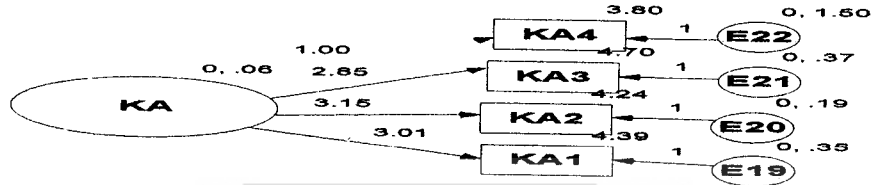
➤ **Kemampuan mengakses (KAK)/ (Accessibility)**



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KAK4 <--- KAK	1.000				
KAK3 <--- KAK	1.088	.117	9.327	***	
KAK2 <--- KAK	.891	.122	7.330	***	
KAK1 <--- KAK	.971	.115	8.463	***	

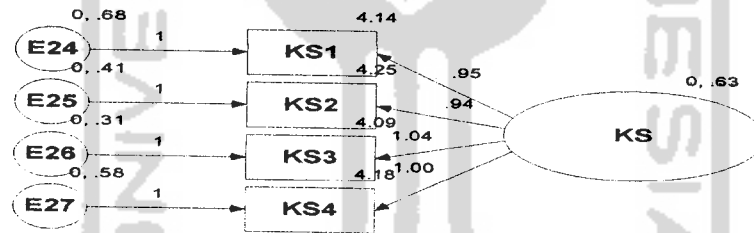
➤ **Kualitas argumen (KA)/ (Argument quality)**



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KA4 <--- KA	1.000				
KA3 <--- KA	2.852	1.471	1.939	.052	par_1
KA2 <--- KA	3.147	1.614	1.950	.051	par_2
KA1 <--- KA	3.014	1.551	1.943	.052	par_3

➤ **Kredibilitas sumber (KS)/ (Source credibility)**

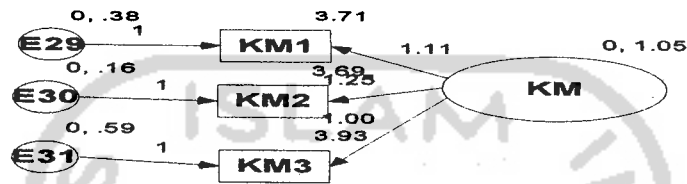


Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KS4 <--- KS	4.18				
KS3 <--- KS	4.09				
KS2 <--- KS	4.25				
KS1 <--- KS	4.14				

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KS4 <--- KS	1.000				
KS3 <--- KS	1.039	.143	7.264	***	
KS2 <--- KS	.937	.136	6.878	***	
KS1 <--- KS	.949	.153	6.216	***	

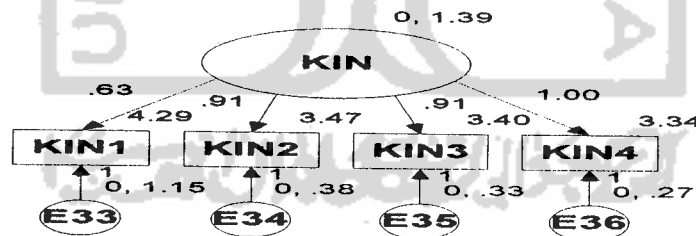
➤ **Kompabilitas (KM)/ (Compability)**



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KM3 <--- KM	1.000				
KM2 <--- KM	1.251	.114	11.012	***	
KM1 <--- KM	1.107	.106	10.483	***	

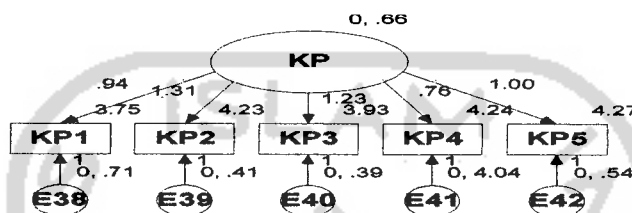
➤ **Keinovatifan teknologi (KIN)/ (Technological innovativeness)**



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KIN4 <--- KIN	1.000				
KIN3 <--- KIN	.911	.070	13.071	***	
KIN2 <--- KIN	.915	.072	12.664	***	
KIN1 <--- KIN	.633	.098	6.431	***	

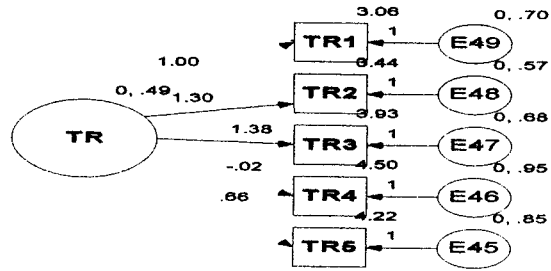
➤ **Kepercayaan (KP)/ (Trust)**



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

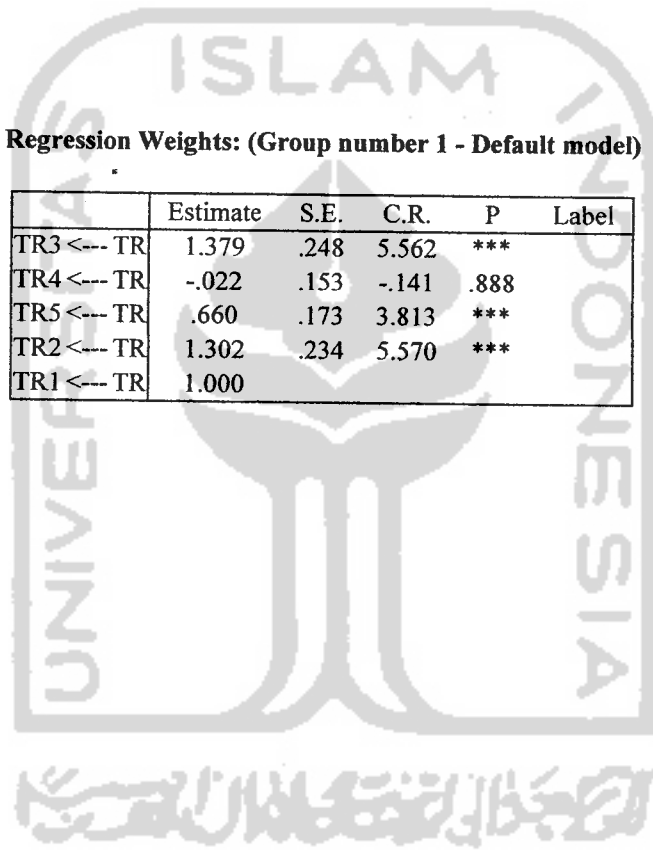
	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KP5 <--- KP	1.000				
KP4 <--- KP	.763	.269	2.836	.005	
KP3 <--- KP	1.231	.149	8.241	***	
KP2 <--- KP	1.313	.158	8.310	***	
KP1 <--- KP	.941	.143	6.584	***	

➤ **Pelatihan (TR)/ (Traning)**



Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
TR3 <--- TR	1.379	.248	5.562	***	
TR4 <--- TR	-.022	.153	-.141	.888	
TR5 <--- TR	.660	.173	3.813	***	
TR2 <--- TR	1.302	.234	5.570	***	
TR1 <--- TR	1.000				



LAMPIRAN 16
LAMPIRAN UJI RELIABILITAS

➤ **Penggunaan mobile (PI)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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
.784	.785	4

➤ **Persepsi manfaat (PM)/ (*Perceived usefulness*)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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
.939	.938	5

➤ **Persepsi kemudahan penggunaan (PKP)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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
.914	.914	7

➤ **Personalisasi (PS)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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
.844	.844	4

➤ **Aliansi jasa (AJ)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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	.835	3

➤ **Kefamiliaran Tugas (KT)/ (*Task Familiarity*)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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
.827	.828	3

➤ **Kemampuan mengakses (KAK)/ (*Accessibility*)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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
.870	.871	4

➤ Kualitas argumen (KA)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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
.699	.736	4

➤ Kredibilitas sumber (KS)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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
.829	.833	4

➤ Kompabilitas (KM)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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
.909	.908	3

➤ Keinovatifan teknologi (KIN)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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
.880	.881	4

➤ **Kepercayaan (KP)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	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
.747	.810	5

➤ **Pelatihan (TR)/ (Traning)**

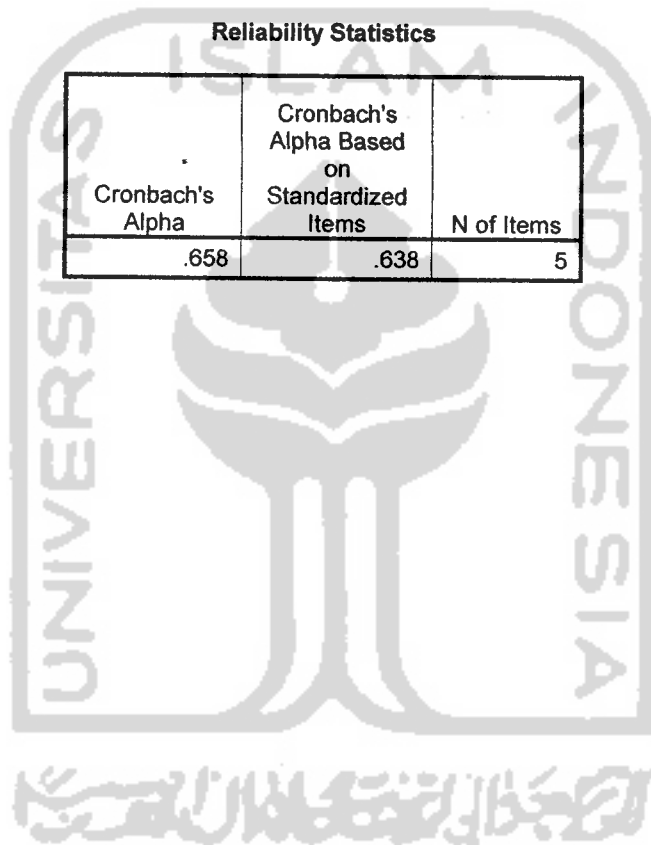
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	105	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

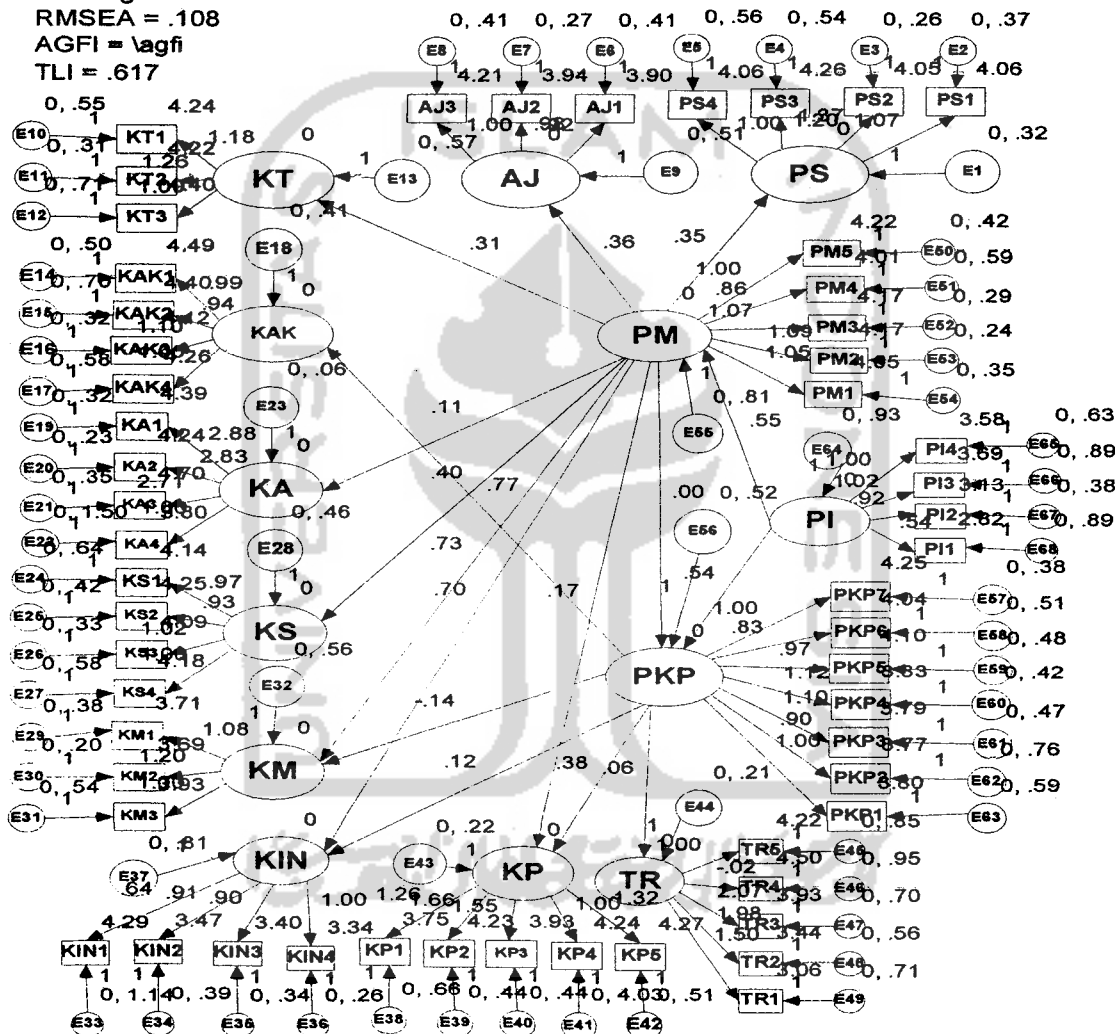
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.658	.638	5



LAMPIRAN 17 LAMPIRAN STRUCTURAL EQUATION MODELING

Sebelum Dilakukan Modification Index

chi square statistic = 3140.047
 probabilitas = .000
 CMIN/DF = 2.221
 GFI = \gfi
 RMSEA = .108
 AGFI = \agfi
 TLI = .617

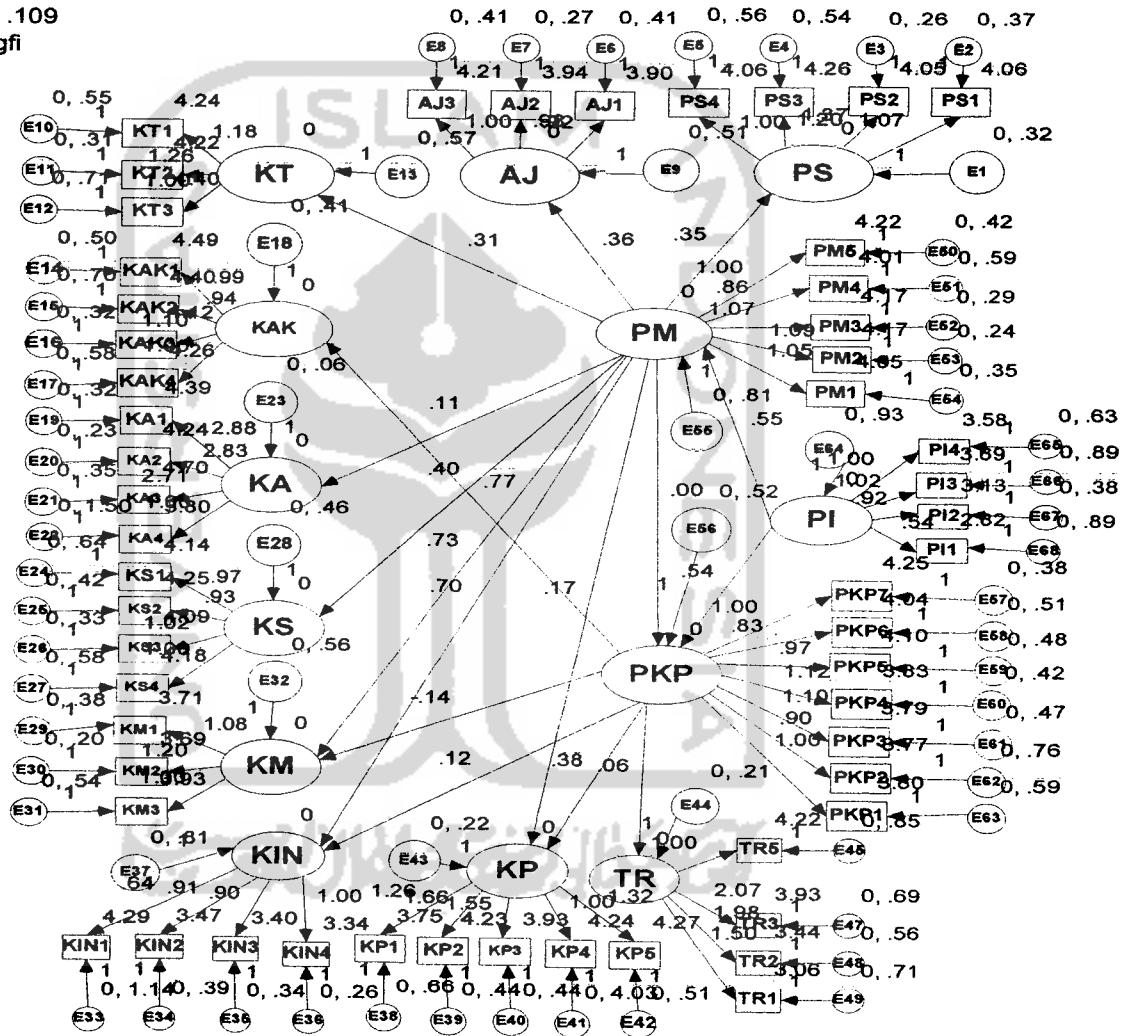


LAMPIRAN 18

LAMPIRAN STRUCTURAL EQUATION MODELING

Setelah Dilakukan Modification Index

CHI SQUARE STATISTIC= 3038.674
 PROBABILITAS= .000
 CMIN/DF= 2.233
 GFI= .971
 RMSEA= .109
 AGFI= .967
 TLI= .624



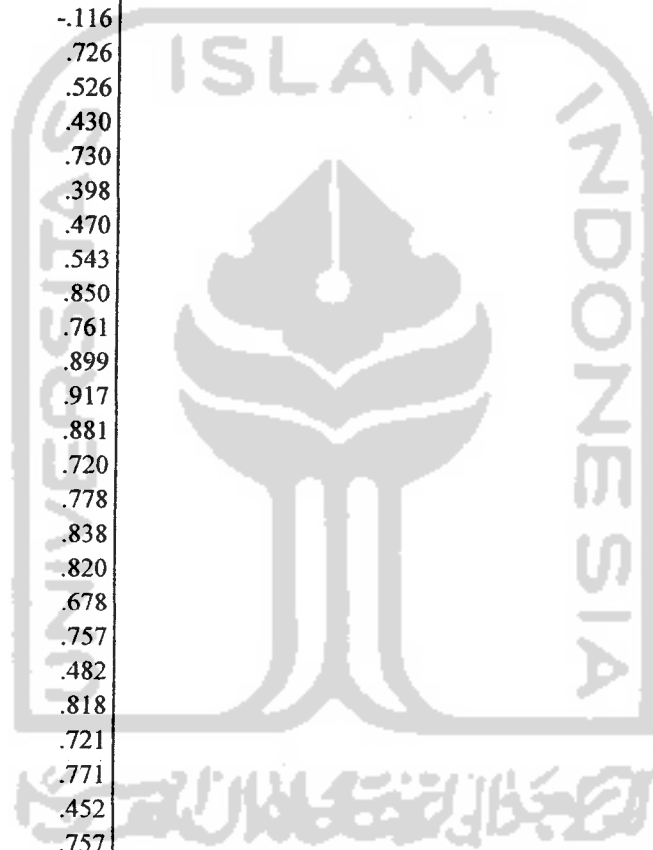
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PM	<--- PI	.552	.121	4.556	***	
PKP	<--- PM	.003	.094	.030	.976	
PKP	<--- PI	.545	.123	4.433	***	
KP	<--- PKP	.380	.143	2.661	.008	
TR	<--- PKP	.056	.061	.921	.357	
KP	<--- PM	.169	.078	2.156	.031	
KIN	<--- PKP	.116	.118	.985	.325	
KIN	<--- PM	.701	.110	6.366	***	
KM	<--- PKP	-.136	.100	-1.362	.173	
KM	<--- PM	.730	.106	6.865	***	
KS	<--- PM	.403	.087	4.653	***	
KA	<--- PM	.112	.059	1.888	.059	
KAK	<--- PKP	.770	.117	6.597	***	
KT	<--- PM	.313	.088	3.545	***	
AJ	<--- PM	.364	.085	4.285	***	
PS	<--- PM	.349	.075	4.662	***	
PM5	<--- PM	1.000				
PM4	<--- PM	.863	.092	9.394	***	
PM3	<--- PM	1.067	.085	12.506	***	
PM2	<--- PM	1.088	.084	12.985	***	
PM1	<--- PM	1.051	.087	12.018	***	
PKP6	<--- PKP	.834	.102	8.192	***	
PKP5	<--- PKP	.968	.106	9.116	***	
PKP4	<--- PKP	1.119	.110	10.140	***	
PKP3	<--- PKP	1.097	.112	9.828	***	
PKP2	<--- PKP	.905	.119	7.571	***	
PKP1	<--- PKP	.997	.114	8.765	***	
PI1	<--- PI	.539	.117	4.617	***	
PI2	<--- PI	.917	.117	7.804	***	
PI3	<--- PI	1.020	.145	7.018	***	
PI4	<--- PI	1.000				
TR5	<--- TR	1.000				
TR3	<--- TR	2.069	.513	4.029	***	
TR2	<--- TR	1.979	.490	4.042	***	
TR1	<--- TR	1.500	.392	3.823	***	
KIN2	<--- KIN	.910	.071	12.842	***	

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KP1	<-- KP	1.258	.438	2.874	.004	
KP4	<-- KP	1.000				
KP2	<-- KP	1.661	.562	2.955	.003	
KM3	<-- KM	1.000				
KM2	<-- KM	1.204	.102	11.757	***	
KM1	<-- KM	1.084	.099	10.907	***	
PKP7	<-- PKP	1.000				
KP3	<-- KP	1.546	.524	2.948	.003	
KIN3	<-- KIN	.905	.068	13.251	***	
KIN1	<-- KIN	.640	.097	6.595	***	
KS4	<-- KS	1.000				
KS3	<-- KS	1.020	.139	7.349	***	
KS2	<-- KS	.931	.134	6.936	***	
KS1	<-- KS	.973	.151	6.438	***	
KA4	<-- KA	1.000				
KA3	<-- KA	2.713	1.309	2.073	.038	
KA2	<-- KA	2.834	1.360	2.083	.037	
KA1	<-- KA	2.884	1.388	2.078	.038	
KP5	<-- KP	1.317	.452	2.913	.004	
KIN4	<-- KIN	1.000				
KAK4	<-- KAK	1.000				
KAK3	<-- KAK	1.099	.118	9.327	***	
KAK2	<-- KAK	.938	.124	7.566	***	
KAK1	<-- KAK	.994	.118	8.437	***	
KT3	<-- KT	1.000				
KT2	<-- KT	1.256	.176	7.150	***	
KT1	<-- KT	1.185	.168	7.044	***	
AJ3	<-- AJ	1.000				
AJ2	<-- AJ	.978	.125	7.834	***	
AJ1	<-- AJ	.923	.124	7.447	***	
PS4	<-- PS	1.000				
PS3	<-- PS	1.196	.184	6.485	***	
PS2	<-- PS	1.371	.190	7.235	***	
PS1	<-- PS	1.072	.161	6.649	***	

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

		Estimate
PM	<--- PI	.509
PKP	<--- PM	.003
PKP	<--- PI	.588
KP	<--- PKP	.535
TR	<--- PKP	.107
KP	<--- PM	.278
KIN	<--- PKP	.087
KIN	<--- PM	.619
KM	<--- PKP	-.116
KM	<--- PM	.726
KS	<--- PM	.526
KA	<--- PM	.430
KAK	<--- PKP	.730
KT	<--- PM	.398
AJ	<--- PM	.470
PS	<--- PM	.543
PM5	<--- PM	.850
PM4	<--- PM	.761
PM3	<--- PM	.899
PM2	<--- PM	.917
PM1	<--- PM	.881
PKP6	<--- PKP	.720
PKP5	<--- PKP	.778
PKP4	<--- PKP	.838
PKP3	<--- PKP	.820
PKP2	<--- PKP	.678
PKP1	<--- PKP	.757
PI1	<--- PI	.482
PI2	<--- PI	.818
PI3	<--- PI	.721
PI4	<--- PI	.771
TR5	<--- TR	.452
TR3	<--- TR	.757
TR2	<--- TR	.778
TR1	<--- TR	.639
KIN2	<--- KIN	.866



	Estimate
KP1 <--- KP	.701
KP4 <--- KP	.301
KP2 <--- KP	.845
KM3 <--- KM	.818
KM2 <--- KM	.942
KM1 <--- KM	.880
PKP7 <--- PKP	.822
KP3 <--- KP	.828
KIN3 <--- KIN	.879
KIN1 <--- KIN	.579
KS4 <--- KS	.724
KS3 <--- KS	.817
KS2 <--- KS	.755
KS1 <--- KS	.695
KA4 <--- KA	.218
KA3 <--- KA	.781
KA2 <--- KA	.848
KA1 <--- KA	.810
KP5 <--- KP	.759
KIN4 <--- KIN	.919
KAK4 <--- KAK	.776
KAK3 <--- KAK	.878
KAK2 <--- KAK	.725
KAK1 <--- KAK	.797
KT3 <--- KT	.697
KT2 <--- KT	.879
KT1 <--- KT	.794
AJ3 <--- AJ	.784
AJ2 <--- AJ	.836
AJ1 <--- AJ	.760
PS4 <--- PS	.669
PS3 <--- PS	.739
PS2 <--- PS	.873
PS1 <--- PS	.762

