

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan

E-Banking



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

SKRIPSI

Oleh :

Nama : Muhammad Ikrar

No. Mahasiswa : 13312465

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2017

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Banking*

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Muhammad Ikrar

No. Mahasiswa : 13312465

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2017**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

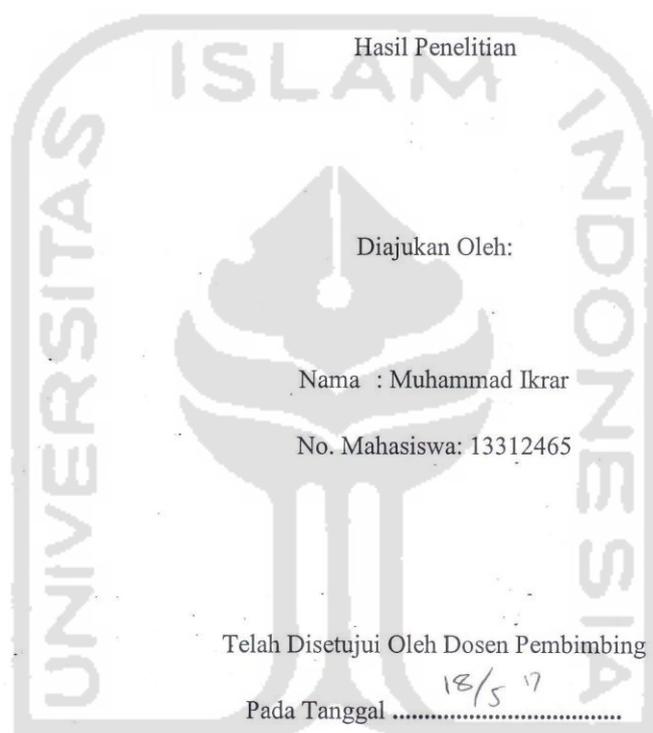
Yogyakarta, 18 Mei 2017

Penulis,



(Muhammad Ikrar)

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat
Penggunaan *E-Banking***



Hasil Penelitian

Diajukan Oleh:

Nama : Muhammad Ikrar

No. Mahasiswa: 13312465

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 18/5 17

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'AR', is written over the text 'Dosen Pembimbing,'.

(Arief Rahman,,S.E., M.Com., Ph.D.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-BANKING

Disusun Oleh : **MUHAMMAD IKRAR**

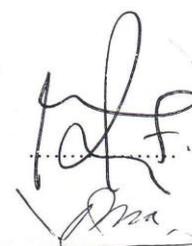
Nomor Mahasiswa : **13312465**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 7 Juni 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Arif Rahman, SIP., SE., M.Com., Ph.D.

Penguji : Sugeng Indardi, Drs., MBA., SAS.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO

“Dan apabila hamba-hambaKu bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah)-Ku dan hendaklah mereka beriman kepadaKu agar mereka selalu berada dalam kebenaran.”

(QS Al Baqarah : 186)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Baginya (pahala) apa yang dia kerjakan dan dia mendapatkan (siksa dari kejahatan) yang dia kerjakan.”

(QS Al Baqarah : 286)

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(QS Ar-Ra'd: 11)

“Man Jadda Wajadda : Siapa yang bersungguh – sungguh pasti akan berhasil”

(Rasulullah SAW)

“Untuk mengubah hidupnya ia harus merubah cara berpikirnya”

(Mahatma Ghandi)

“Idealisme adalah kemewahan terakhir yang hanya dimiliki pemuda”

(Tan Malaka)



KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamiin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah, kesempatan, dan kemudahan bagi kita semua dalam menjalankan amanah yang menjadi tanggung jawab kita. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang selalu memberikan syafa'atnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Banking".

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, penulis tidak luput dari hambatan dan kesulitan yang menghadang. Skripsi ini dapat selesai berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan kelancaran serta kemudahan yang tiada henti kepada penulis selama mengerjakan skripsi ini. Terimakasih atas segala kenikmatandan keberkahan yang diberikan kepada penulis.
2. Nabi Muhammad SAW, terimakasih atas syafaatnya yang diberikan kepada penulis. Sikap dan sifat beliau akan selalu menjadi panutan bagi penulis.
3. Kedua orang tua saya Bapak Yusuf Ismail Pase dan Ibu Meutia H Ahmad tersayang yang selalu senantiasa memberikan doa dan dukungan dalam bentuk apapun tanpa

henti untukku. Semoga langkah awal ini, akan menjadikanku sukses dan bisa memberikan kebahagiaan untuk kalian berdua

4. Bapak Dr. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

5. Bapak Drs. Dekar Urumsah, S.Si, M.Com.(Si), Ph.D. selaku Ketua Prodi Akuntansi serta segenap jajaran staff pengajar Prodi Akuntansi yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis.

6. Terimakasih untuk bapak Arief Rahman, S.E., M.Com., Ph.D. yang telah membimbing penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Terimakasih atas setiap saran dan pengetahuan yang telah di berikan, semoga semua jasa-jasa yang telah Bapak berikan bisa di balas oleh Allah berkali-kali lipat.

7. Saudara-saudaraku, Nabhani Yustisi, Malikul Adil, Malikul Zahir, terima kasih atas dukunganmu dalam banyak hal, dan kuharap kita selalu bersama untuk membuat orang tua kita bahagia.

8. Terimakasih untuk keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan masukan yang baik kepada penulis.

9. Sahabat sahabat Konoha squad Ferizal, Edo, Adi, Diky, Agi, Ipeng, Pimen, Dika, Iki, Iko, Hafiz Bekasi, Hafiz Bodat, Ibnu, Mono, Adlan, dan Riza, terimakasih telah menjadi keluarga dan selalu menemani selama di Jogja dengan penuh canda & tawa.
Good luck for us !

10. Sahabat-sahabat peneliti, Nada Gusnadia, Yolanda reisha, Muhammad Ridho. Terimakasih untuk selalu ada menemani hari-hari peneliti sejak awal kuliah, dan supportnya semoga persahabatan kita tidak berhenti diperkuliahan saja bisa sampai

tua nanti. Terimakasih atas setiap pelajaran dan motivasi yang kalian berikan kepada penulis. It means a lot.

11. Terimakasih untuk Shiwi Angelica Cindiyasari yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dan juga atas support, dan motivasi kepada peneliti.

12. Teman-teman posko unit PW-131 : Gepeng, Astrid, Ardhi, Dila, Alfian, Lia, Aisyah Terima kasih atas segala pengalaman, cerita, dan kebersamaan selama 1 bulan penuh.

13. Teman-teman LEM FE UII 2015/2016 yang telah memberikanku banyak pengalaman dan pengetahuan. See you on the top guys!

14. Terimakasih sebesar-besarnya untuk Kota Jogja yang telah memberikanku banyak kenangan indah dan pengalaman yang berharga dan yang telah menghiasi masa-masa kuliahku dengan luar biasa. JOGJA ISTIMEWA!!!

Akhirnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah-Nya bagi Bapak, Ibu dan Saudara yang telah membantu penulis dalam segala hal. Dalam hal ini, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna namun demikian semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi para penulis berikutnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Lembar Pengeahan	iv
Motto	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstrak	xvi
<i>Abstract</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)</i>	10
2.2 Pengertian Variabel.....	12
2.2.1 Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectacy Expectacy</i>)	12
2.2.2 Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectacy</i>)	13

2.2.3 Pengaruh Sosial (<i>Social Influences</i>).....	14
2.2.4 Kondisi Pendukung (<i>Facilitating Condotions</i>)	14
2.2.5 <i>E-Banking</i>	15
2.3 Penelitian Terdahulu.....	18
2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian	23
2.4.1 Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectacy Expectacy</i>)	23
2.4.2 Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectacy</i>)	24
2.4.3 Pengaruh Sosial (<i>Social Influences</i>)	24
2.4.4 Kondisi Pendukung (<i>Facilitating Condotions</i>)	25
2.5 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Populasi dan Sampel	27
3.2 Metode Pengumpulan Data	27
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.4 Metode Analisis Data	33
3.4.1 Pengujian Validatasi.....	34
3.4.2 Pengujian Reliabilitas	34
3.4.3 Asumsi Klasik	34
3.4.3.1 Normalitas	35
3.4.3.2 Multikolinieritas	35
3.4.3.3 Heteroskedastisitas	35
3.4.4 Uji Kelayakan Model	36
3.4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.4.6 Pengujian Hipotesis.....	37
3.4.6.1 Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectacy Expectacy</i>)	38
3.4.6.2 Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectacy</i>).....	38

3.4.6.3 Pengaruh Sosial (<i>Social Influences</i>).....	38
---	----

3.4.6.4 Kondisi Pendukung (<i>Facilitating Condotions</i>).....	39
---	----

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan data	40
4.2 Deskripsi Responden.....	40
4.2.1 Jenis Kelamin	40
4.2.2 Usia.....	41
4.2.3 Pendidikan	42
4.2.4 Pekerjaan	42
4.2.5 Pendapatan	43
4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitass.....	44
4.3.1 Uji Validitas.....	44
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	45
4.4 Analisis Statistik Deskriptif	46
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.5.1 Uji Normalitas	49
4.5.2 Uji Multikolinieritas	50
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	51
4.6 Analisis Regresi Berganda	52
4.7 Uji Kelayakan Model (Koefisien Determinasi)	54
4.8 Pengujian Hipotesis	54
4.9 Pembahasan Hipotesis	57
4.9.1 Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectacy Expectacy</i>)	57
4.9.2 Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectacy</i>).....	58
4.9.3 Pengaruh Sosial (<i>Social Influences</i>).....	58
4.9.4 Kondisi Pendukung (<i>Facilitating Condotions</i>).....	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 61

5.2. Keterbatasan Penelitian 63

5.3. Saran 64

DAFTAR PUSTAKA 65

LAMPIRAN 70



Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner dan sumbernya.....	30
Tabel 4.1 Data Kuesioner yang di sebar	40
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.3 Usia Responden	41
Tabel 4.4 Pendidikan Responden.....	42
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	43
Tabel 4.6 Pendapatan Responden	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitasi	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.9 Analisis Desriptif	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda	52
Tabel 4.6 Hasil Analisis Kelayakan Modal (Koefisien Determinasi).....	54
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis	55

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Model <i>Unified Theory Of acceptance and Use Of Technology</i>	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51



Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	76
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas	91
Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi	103



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-banking*. Faktor-faktor tersebut adalah ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*Facilitating conditions*), dengan menggunakan pendekatan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang dikembangkan oleh Venkatesh, et al. (2003). UTAUT merupakan salah satu model penerimaan teknologi informasi. Sejauh mana pengguna dapat menerima dan memahami teknologi adalah hal penting untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari implementasi teknologi tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif sebanyak 210 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *convenience sampling*, dimana responden yang ditemui pada saat penelitian akan dijadikan sampel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*Facilitating conditions*) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-banking*.

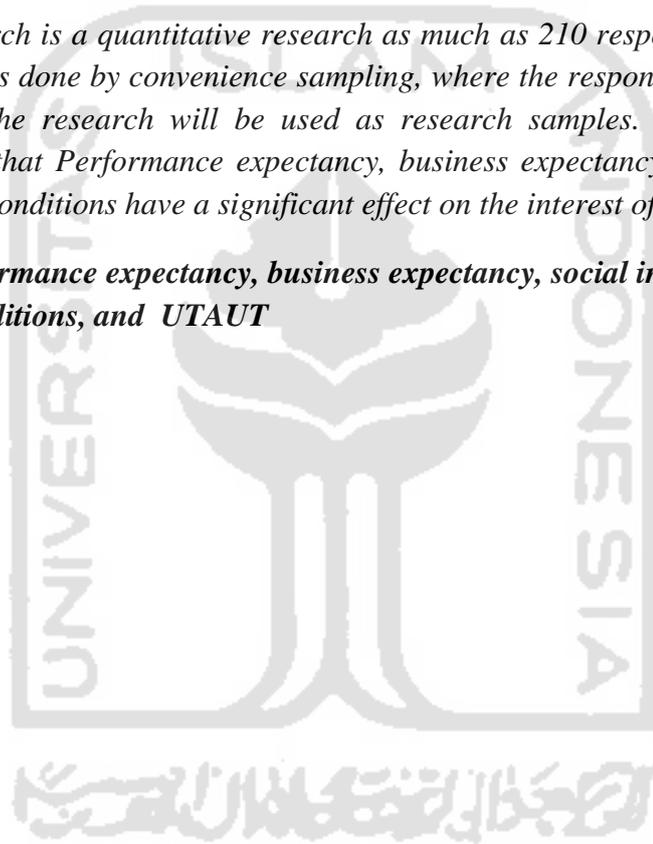
Kata Kunci : ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*Facilitating conditions*), UTAUT.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence the interest of e-banking usage. These factors are Performance expectancy, business expectancy, social influence, and supporting conditions (Facilitating conditions), using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model approach Developed by Venkatesh, et al. (2003). UTAUT is one of the accepted models of Information Technology. The extent to which users can receive and understand the technology is important to know the success rate of implementation of these technologies.

This research is a quantitative research as much as 210 respondents. Sampling in this research is done by convenience sampling, where the respondents encountered at the time of the research will be used as research samples. The result of the research shows that Performance expectancy, business expectancy, social influence and facilitating conditions have a significant effect on the interest of using e-banking.

Keywords: Performance expectancy, business expectancy, social influence Facilitating conditions, and UTAUT



BAB I

PENDAHALUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman yang modern ini peran teknologi informasi (TI) dalam bisnis tidak diragukan lagi. Banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pelopor bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam *e-business*, *e-commerce*, dan teknologi informasi lainnya. Pengelolaan sistem dan teknologi informasi yang mendukung proses bisnis modern perusahaan saat ini adalah tantangan besar untuk para manajer bisnis dan TI serta para praktisi bisnis, teknologi informasi juga berperan sebagai pemicu dalam perubahan sosial kemasyarakatan di berbagai aspek, termasuk salah satunya di bidang perbankan (O'Brian, David, & Detmar, 2005).

Teknologi informasi yang semakin berkembang direspon oleh perusahaan-perusahaan termasuk perbankan yang terus mencoba memberikan pelayanan kemudahan akses informasi untuk nasabahnya dengan cara mengimplementasikan teknologi informasi yang canggih. Teknologi informasi saat ini menjadi suatu kesempatan bagi bank-bank yang ada di Indonesia, karena dengan menggunakan media internet menjadi suatu inovasi memberikan peluang dan tantangan dalam pengembangannya. Pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi informasi yang dikenal dengan istilah *electronic banking* atau disingkat *e-banking*. Melalui layanan *e-banking* tersebut, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan seperti mengecek saldo, pembayaran tagihan kartu kredit, listrik,

telepon, transaksi pembelian voucher dan tiket, transfer dana antar rekening bank, informasi mutasi rekening, informasi suku bunga, dan lain-lain(fortuna, 2013).

Saat ini *e-banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang *revolutioner* terhadap strategi operasional bank, yang bertujuan untuk memudahkan dalam bertransaksi dan juga sebagai salah satu strategi persaingan antar bank. *E-banking* diperkenalkan sebagai saluran dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas keuangan secara elektronik melalui *website* bank. Nasabah dapat melakukan transaksi *non cash* setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer (jaringan internet). Pelayanan perbankan melalui teknologi *e-banking* diharapkan dapat menekan biaya transaksi dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank.

E-banking membuka paradigma, struktur dan strategi yang baru bagi perbankan, dimana bank menghadapi peluang dan tantangan yang baru (Mukherjee, A., & Nath, 2003). Keuntungan dalam penggunaan *e-banking* yaitu dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank atau ke ATM (kecuali untuk ambil uang tunai) dengan menggunakan perintah melalui komputer atau alat komunikasi yang digunakan. *E-banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi bagi nasabah. Selain itu, keuntungan dari layanan *e-banking* adalah bisa menjadi solusi perbankan dalam pengembangan infrastruktur dibanding membuka outlet ATM. Tetapi *e-banking* memiliki kelemahan, salah satunya adalah membuka peluang besar timbulnya kejahatan. Nasabah seharusnya mempertanyakan bagaimana keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan ketika memutuskan untuk

menggunakan layanan *e-banking*. Sedangkan bagi perbankan, harus memberikan keamanan dan kerahasiaan data-data agar memperoleh kepercayaan dari nasabah (Mukherjee et al., 2003).

Selain bermanfaat bagi nasabah, penggunaan *e-banking* juga bermanfaat bagi pihak bank. Fortuna (2013) menyatakan bahwa *e-banking* telah memberikan keuntungan bagi bank untuk bertahan dalam persaingan, menghemat biaya, meningkatkan kegiatan pemasaran dan komunikasi, dan untuk memelihara serta menarik nasabah. Selain itu, Sugiarto (2003) juga menyatakan bahwa perbankan terus mengoptimalkan jasa *e-banking* karena pendapatan yang dikenal dengan istilah *fee based income* dihasilkan cukup berpengaruh bagi keuntungan perbankan.

Di Indonesia, nasabah yang menggunakan *e-banking* biasanya hanya sekedar melihat saldo, oleh karena itu bank perlu meningkatkan strategi agar semakin banyak nasabah yang menggunakan *e-banking* dengan tujuan agar meningkatkan *value* yang diberikan nasabah kepada bank semakin tinggi. Transaksi pembayaran elektronik dapat lebih dikembangkan dalam aktivitas bisnis sehingga nasabah bank benar-benar merasakan manfaat *e-banking* ini. Suatu produk atau jasa mungkin sudah tersedia untuk beberapa waktu, tetapi yang penting bagi bank adalah memahami perilaku konsumen, belajar tentang produk untuk pertama kalinya dan memutuskan apakah akan mengadopsinya, karena fasilitas *e-banking* tergolong baru bagi masyarakat. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen menggunakan fasilitas yang telah disediakan bank, diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang maksimal bagi konsumen,

pada akhirnya memberikan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) bagi perusahaan.

Dewasa ini, di Indonesia banyak bank berlomba-lomba menyediakan layanan *e-banking* karena manfaat yang dirasakan (Mulyawan, 2012). Namun beberapa fakta menyebutkan bahwa tingkat penggunaan *e-banking* di Indonesia masih rendah. Menurut riset MRI (*marketing research indonesia*) berjudul *E-channel Study 2010* menunjukkan bahwa penggunaan *e-banking* belum optimal pada nasabah kelas paling atas sekalipun. Dalam riset tersebut juga menunjukkan bahwa dari orang-orang yang belum menggunakan *e-banking* hanya 1-2% yang memiliki minat untuk mengadopsi layanan tersebut. Dengan minat nasabah yang seperti itu, sejumlah strategi harus dibentuk oleh dunia perbankan dan bank harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah menggunakan fasilitas yang telah disediakan bank (Olatokun & Owoeye, 2012). Salah satu teori yang meneliti tentang minat pemanfaatan teknologi informasi adalah TAM (*Technology acceptance model*) dan model kesuksesan sistem informasi DeLone and Mclean (*D & M Success Model*).

Model penerimaan teknologi atau TAM (*technology acceptance model*) merupakan metode yang sangat sering digunakan dalam penelitian untuk mengetahui seberapa berhasil suatu inovasi teknologi baru diterima oleh masyarakat. Disisi lain, sebuah faktor yang tidak dapat dipisahkan dari dunia teknologi yaitu faktor risiko juga dinilai turut berkontribusi mempengaruhi seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi baru. TAM memiliki keterbatasan seperti yang dirangkum oleh Lee dkk, (Malhotra & Galleta, 1999) TAM kurang

lengkap karena tidak mempertimbangkan satu faktor penting, yaitu pengaruh sosial dalam pemakaian dan pemanfaatan teknologi baru. TAM juga tidak mempertimbangkan adanya halangan yang mencegah individu untuk menggunakan sistem tertentu yang sebenarnya ingin dipakainya.

Martins Oliveria & Popovic (2014) telah melakukan penelitian tentang penerimaan teknologi dengan mengombinasikan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan Persepsi Risiko (*Perceived Risk*) yang diaplikasikan pada internet *banking*. Model UTAUT merupakan model penerimaan teknologi yang menjelaskan perilaku *user* terhadap teknologi informasi (Venkatesh, Et, & Al, 2003). Model ini merupakan *merger* dari delapan model penerimaan teknologi terkemuka yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology acceptance model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *combined TAM and TPB*, *Model of PC Utilization* (MPTU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT).

Venkatesh et al., (2003) menyatakan bahwa adanya hubungan positif signifikan antara ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan faktor sosial terhadap minat pemanfaatan teknologi informasi dan hubungan positif signifikan minat pemanfaatan teknologi informasi dan kondisi-kondisi yang memfasilitasi pemakai terhadap penggunaan teknologi informasi. Penelitian empiris terhadap Model UTAUT yang dilakukan oleh Isnain (2010) menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *social influence* merupakan prediktor yang signifikan positif bagi *behavioral intention*, namun *effort expectancy* tidak signifikan positif terhadap *use behavior*.

Penemuan model UTAUT dalam penelitian Venkatesh et al., (2003) mendorong penulis untuk melakukan penelitian terhadap *user acceptance* dalam penggunaan teknologi informasi untuk mendukung kinerja seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) akan diteliti kembali oleh peneliti dengan perbedaan pada sampel penelitian.

Berdasarkan uraian diatas, tujuan penelitian ini adalah menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-banking*. Sejuah mana *user* yang menggunakan *e-banking* dapat menerima dan memahami teknologi sebagai hal yang penting untuk mengetahui keberhasilan dari implementasi sistem tersebut. Oleh karena itu peneliti akan menggunakan model penerimaan teknologi dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh pada tahun 2003. Berdasarkan hal diatas maka peneliti akan mengambil judul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-banking*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-banking*?
2. Apakah ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-banking*?
3. Apakah faktor sosial (*social influence*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-banking*?

4. Apakah kondisi pendukung (*Facilitating conditions*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-banking*?

1.3 Batasan masalah

Untuk pelaksanaan penelitian, maka terlebih dahulu peneliti akan menentukan apa sebenarnya yang akan diteliti. Agar sasaran pembahasan disini dapat tercapai, maka disini peneliti hanya akan mengungkapkan pembatasan masalah penelitian antara lain :

1. Responden dalam penelitian ini, yaitu minat penggunaan *e-banking* di Indonesia. Variabel bebas penelitiannya yaitu, ekspektasi Kinerja (*Performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*Facilitating conditions*).
2. Sedangkan variabel terikat penelitian ini adalah minat menggunakan *e-banking*.

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*) terhadap minat penggunaan *e-banking*.
2. Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi usaha (*effort expectancy*) terhadap minat penggunaan *e-banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh sosial (*social influence*) terhadap minat penggunaan *e-banking*.

4. Untuk menganalisis pengaruh kondisi pendukung (*Facilitating conditions*) terhadap penggunaan *e-banking*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Bank, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat terhadap penggunaan *e-banking*, dan keuntungan yang akan didapat dari pengoperasian *e-banking* secara berkelanjutan.
2. Bagi Akademisi penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk mengetahui apa saja variabel-variabel dalam individu yang dapat memberikan pengaruh dalam perilaku penggunaan internet, terkhusus *e-banking*. Serta memberikan informasi mengenai pentingnya dan manfaat dalam pengungkapan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *e-banking*. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini memberikan informasi dan wawasan baik perbankan atau lembaga keuangan, dan nasabah untuk lebih memahami mengenai *e-banking*.

1.6 Sistematika Penelitian

Penulisan skripsi ini disajikan dalam lima bab, dimana tiap-tiap bab akan disusun secara sistematis sehingga menggambarkan hubungan antara satu bab dengan bab lainnya, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menerangkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menerangkan tentang dasar-dasar teori yang didapat dari literatur-literatur serta bahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Dalam bab ini diterangkan pula kerangka pemikiran dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Oleh karena itu diuraikan variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang akan digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis dan data yang digunakan, serta pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya dan saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

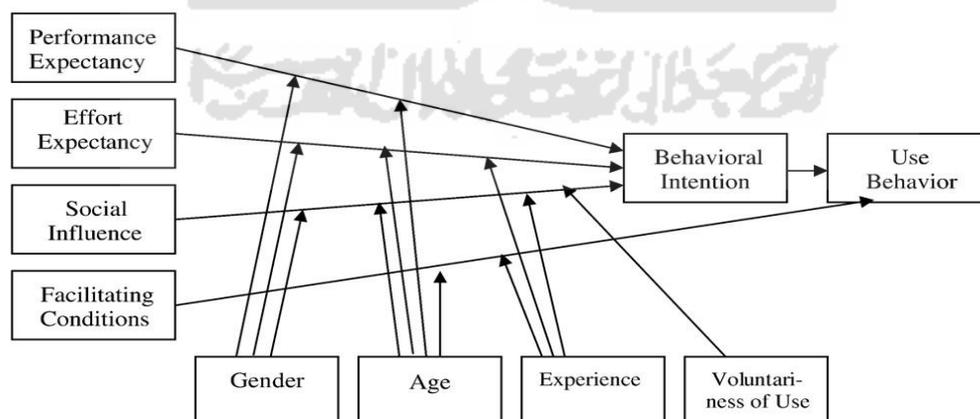
UTAUT merupakan salah satu model penerimaan teknologi terkini yang dikembangkan oleh Venkatesh pada tahun 2003. UTAUT menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori. Penelitian Venkatesh et al., (2003) mengintegrasikan delapan model penerimaan teknologi sebelumnya yaitu *Theory of Reason Action (TRA)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Motivational Model (MM)*, model pemanfaatan PC (MPCU), *Innovasi Diffusion Theory (IDT)*, *Sosial Cognitive Theory (SCT)*, dan model gabungan TAM dan TPB.

Berdasarkan hasil kajian dan perbandingan delapan model yang diuji, Venkatesh et al., (2003) memformulasikan teori yang dikenal dengan teori gabungan penerimaan dan penggunaan teknologi *Unified Theory Of Acceptance And Use of Technology (UTAUT)*. UTAUT terbukti lebih berhasil dalam menjelaskan sebanyak 70% dari *varians* pengguna diantara delapan model penerimaan teknologi sebelumnya (Martins et al., 2014). Nilai *varian* dari UTAUT lebih tinggi dari delapan model sebelumnya yang bernilai antara 17% hingga 53%. Sejauh ini UTAUT merupakan teori penggunaan teknologi informasi yang paling komprehensif. Karenanya UTAUT merupakan model yang lebih tepat digunakan dibandingkan TAM.

Tujuan utama penelitian menggunakan UTAUT adalah membantu organisasi untuk memahami bagaimana penggunaan bereaksi terhadap pengenalan teknologi

baru (T. Handayani, 2015). Pada awalnya, UTAUT dikembangkan dari *Technology acceptance model* (TAM) pada tahun 2003 dengan empat konstruk yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan teknologi yaitu: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influences*, *facilitating conditions*. Sampai saat ini UTAUT sudah dikembangkan kembali dari konteks organisasi menjadi konteks konsumen individu yang diberi nama Model UTAUT2 di mana *habit*, *hedonic motivation* dan *price value* ditambahkan sebagai konstruksi baru.

Hasil penelitian Venkatesh et al., (2003) menteorikan empat variabel yang dianggap mempunyai peran utama dalam pengaruh-pengaruh langsung terhadap penerimaan pemakai dan perilaku pemakaian yaitu: ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekpektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influences*), kondisi pendukung (*facilitating conditions*), keempat variabel tersebut dimoderasi oleh empat variabel lain yaitu jenis kelamin (*gender*), umur (*age*), pengalaman (*experience*), kesukarelaan (*voluntarieness of use*).



Gambar 2.1 Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Venkatesh et al., (2003) awalnya menemukan ada tujuh konstruk dalam model UTAUT yang menjadi penentu niat perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku penggunaan (*usage behavior*) yaitu (i) harapan kinerja (*performance expectancy*), (ii) harapan usaha (*effort expectancy*), (iii) pengaruh sosial (*social influences*), (iv) kondisi pendukung (*facilitating conditions*), (v) sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*), dan (vi) manfaat-pribadi (*self-efficacy*). Setelah pengujian lebih lanjut, hanya ada empat konstruk utama yang berperan penting, sedangkan *attitude toward using technology* dan *self-efficacy* tidak signifikan sebagai determinan langsung *behavior intention*. Selain itu, UTAUT juga mempunyai peran empat variabel moderator kunci: jenis kelamin, usia, pengalaman, dan kerelaan penggunaan. Berikut penjelasan dari masing-masing konstruk tersebut.

2.2 Pengertian Variabel

2.2.1 Ekspektansi Kinerja (*Performance expectancy*)

Ekspektansi Kinerja (*Performance expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat dimana *user* yakin dengan menggunakan sistem tersebut akan membantu kinerja pada pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Variabel ini diperoleh dari penggabungan model penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi sebelumnya antara lain: Persepsi Terhadap Kegunaan (*perceived usefulness*) dari TAM, yaitu tingkat keyakinan bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Serta motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation*) dari MM, yaitu persepsi orang dalam melakukan suatu aktivitas karena dirasakan sebagai alat yang bernilai dalam meningkatkan kinerja,

penghasilan, dan promosi kerja (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1992). Kesesuaian Pekerjaan (*job fit*) dari MPCU, yaitu kemampuan-kemampuan dari suatu sistem meningkatkan kinerja individual (Thompson et al., 1991). Keuntungan Relatif (*relative advantage*) dari IDT, yaitu tingkat penggunaan sesuatu inovasi yang dipersepsikan akan lebih baik dari sebelumnya (Moore, G. C., & Benbasat, 1996).

2.2.2 Ekspektasi usaha (*effort expectancy*)

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang dikaitkan dalam penggunaan sistem *e-banking*. Menurut Venkatesh et al., (2003) variabel ini sebagai tingkat kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu sistem informasi. Kondisi ini akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya. Sementara itu Hamzah (2009) mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan sistem informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa nyaman bila bekerja dengan menggunakannya. Hasil penelitian R Handayani (2007) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif signifikan ekspektasi usaha (*effort expectancy*) terhadap minat pemanfaatan sistem informasi. Berbeda halnya hasil penelitian Milanda (2009) yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi informasi dan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan pada STIE YKPN yang menyimpulkan bahwa ekspektasi usaha (*effort expectancy*) tidak berpengaruh terhadap minat pemanfaatan sistem informasi.

2.2.3 Pengaruh Sosial (*Social Influences*)

Pengaruh sosial yaitu tingkat persepsi individu terhadap kepentingan yang dipercaya oleh orang lain mempengaruhinya menggunakan sistem yang baru (Venkatesh et al., 2003). Pengaruh sosial merupakan faktor yang mempengaruhi *user* dalam penerimaan dan penggunaan teknologi karena sulit membedakan sumber *attitude* yang muncul apakah dari pengaruh sosial atau diri sendiri (Malhotra & Galleta, 1999). Konstruk yang mendasari variabel ini antara lain: Norma subyektif (*subjective norm*) dari TRA, yaitu persepsi seseorang bahwa orang-orang penting bagi dia menyarankan dia untuk melakukan atau tidak melakukan suatu *behavior* yang diminta (Fishbein, M., & Ajzen, 1975). Faktor sosial (*Social Factor*) dari MPCU, yaitu perasaan seseorang terhadap budaya suatu kelompok dan persetujuan pribadi yang dibuat seseorang dengan yang lain dalam situasi sosial tertentu (Thompson, Higgins, & Howell, 1991). Serta status (*image*) dari IDT, yaitu tingkat dimana penggunaan inovasi dianggap dapat meningkatkan harga diri atau status seseorang dalam sistem atau strata sosial. (Moore & Benbasat, 1991).

2.2.4 Kondisi Pendukung (*Facilitating Conditions*)

Kondisi Pendukung (*Facilitating Conditions*) merupakan tingkat kepercayaan seorang bahwa infrastruktur organisasional dan teknis tersedia untuk mendukung sistem (Venkatesh et al., 2003). Gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya di variabel ini antara lain: Persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) dari TPB, yaitu perasaan mudah atau sulit untuk menampilkan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks penelitian Sistem

Informasi persepsi terhadap batasan internal dan eksternal dari sebuah perilaku (Taylor & Todd, 1995). Kondisi pendukung (*facilitating conditions*) dari MPCU, yaitu faktor objektif lingkungan yang diobservasi dan disetujui sebagai hal yang memudahkan suatu aktivitas untuk dikerjakan (Thompson et al., 1991). Kompatibilitas (*compatibility*) dari IDT, yaitu tingkat dimana inovasi dianggap konsisten dengan nilai, kebutuhan dan pengalaman yang telah ada sebelumnya. (Moore & Benbasat, 1991).

2.2.5 E-banking

E-banking merupakan pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi-komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, handphone, dan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Bank Indonesia, 2004). *E-banking* merupakan suatu sistem yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses rekening dan informasi umum produk dan jasa suatu bank melalui *Personal Computer* (PC) atau alat pandai lainnya (Cheung, 2001). Menurut Herington and weaven(2007) *e-banking* adalah bentuk e-layanan di mana pelanggan dapat belajar langsung antara elektronik dan layanan pelanggan dan hal ini secara signifikan dipengaruhi oleh kinerja pelanggan. Umum-nya transaksi ini meliputi pengecekan rekening, mengamati daftar transaksi yang menggunakan rekening, dan mentransfer dana dari satu rekeningonline ke rekening lainnya (Cheung, 2001).

Menurut Wardani (2012), kemajuan teknologi informasi dan internet telah ikut berperan meningkatkan intensitas persaingan dilingkungan bisnis, karena

dengan teknologi tersebut dapat memberikan pelanggan akses informasi yang lebih banyak dan mudah tentang berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Artinya pelanggan memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang yang dimilikinya.

Dalam perkembangannya, *e-banking* dipertimbangkan sebagai suatu strategi yang dapat mengubah dengan cepat cara operasi bank, penyampaian, dan dalam bersaing, terutama ketika potensi kompetitif jaringan tradisional runtuh dengan cepat (Yusnaini, 2010). Dalam penelitian sebelumnya, kualitas layanan *online* telah dikaitkan dengan hasil retensi pelanggan khas seperti *e-loyalitas* (Ribbink, D., A. Riel., V. Liljander and Streukens, 2004).

Menurut Wardani(2012), penggunaan internet dipilih kebanyakan orang sekarang ini karena kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet :

1. Internet sebagai jaringan publik yang sangat besar (*huge/widespread network*), layaknya yang dimiliki suatu jaringan publik elektronik, yaitu murah cepat dan kemudahan akses.
2. Menggunakan elektronik data sebagai media penyampaian pesan/data sehingga dapat dilakukan pengiriman informasi secara mudah dan ringkas, baik dalam bentuk data elektronik analog maupun digital.

Selain manfaat internet *banking* juga memiliki beberapa kelemahan (Al Sukkar dan Hasan, 2005), antara lain:

1. Biaya tidak langsung yang dikeluarkan oleh nasabah, misalnya nasabah harus menyediakan seperangkat komputer lengkap dengan akses internet.
2. Transaksi kas tidak dapat dilakukan.

3. Resiko keamanan, misalnya *hacker* dan *frauster*.

E-banking atau juga dikenal sebagai *Internet banking* didefinisikan sebagai pengiriman otomatis baru dan tradisional dari produk dan jasa secara langsung kepada perbankan ke pelanggan melalui elektronik, interaktif saluran komunikasi (Geetha. & Malarvizhi, 2012). *E-banking* meliputi sistem yang memungkinkan lembaga keuangan pelanggan, individu atau bisnis, untuk *account* akses, transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi mengenai produk-produk keuangan dan jasa melalui jaringan publik atau swasta, termasuk internet. Pelanggan layanan *e-banking* cerdas menggunakan perangkat elektronik, seperti *personal komputer* (PC), *personal digital assistant* (PDA), mesin *teller* otomatis (ATM), kios, atau telepon *Tone Touch*. Pada penelitian Geetha & Malarvizhi (2012) mengidentifikasi lima layanan dasar terkait dengan perbankan *online*, tampilan saldo dan sejarah transaksi, membayar tagihan, mentransfer dana antar rekening; meminta uang muka kartu kredit, dan pemesanan cek untuk layanan lebih cepat yang dapat menyediakan bank domestik dan asing.

Mobile banking merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon selular dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscribed Identity Module Card* (SIM Card) atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau SIM Toolkit.

Short Message Service Banking (SMS Banking) memiliki pengertian dan fungsi yang hampir sama dengan *mobile banking*. Hanya saja *mobile banking* diakses dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di SIM Card, sedangkan

SMS *banking* menggunakan media SMS *Plain* (SMS Manual) untuk mengakses layanan (www.bi.go.id).

Layanan *phone banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi dan layanan perbankan *non-cash* melalui telepon (www.bi.go.id). Kebanyakan pelayanan *phone banking* menggunakan mesin penjawab telepon otomatis dengan sistem *keypad response*. Jenis transaksi yang ditawarkan dalam *e-banking* berbeda-beda pada setiap bank, namun secara garis besar jenis transaksi yang biasanya disediakan meliputi transaksi *finansial* dan *non-finansial* (www.bi.go.id), antara lain transfer uang, cek saldo, mengakses informasi, melakukan pembayaran, pembelian dan perubahan PIN (Personal Identifying Number).

2.3 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah daftar penelitian terdahulu beserta hasil penelitiannya:

Tabel 2.1

Penelitian terdahulu

NO	Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
1	Aminulloh (2016)	<p><i>Variabel Independent :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> <i>Expectancy</i> • <i>Effort Expectancy</i> • <i>Social Influence</i> • <i>Facilitating condition</i> • <i>Performance Risk</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> <i>Expectancy</i> <p>berpengaruh terbukti positif terhadap BI dengan dimoderasi <i>gender</i> dan <i>age</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Effort Expectancy</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Financial Risk</i> • <i>Time Risk</i> <p><i>Variabel Dependent:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Behavioral Intension.</i> • <i>Usage Behavior.</i> 	<p>berpengaruh terbukti positif terhadap BI dengan dimoderasi <i>gender, age</i> dan <i>experience.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Social Influence,</i> berpengaruh terbukti positif terhadap BI dengan dimoderasi <i>gender, age</i> dan <i>experience</i> • <i>Performance Risk</i> berpengaruh tidak terbukti negatif terhadap BI • <i>Financial Risk</i> berpengaruh tidak terbukti negatif terhadap BI. • <i>Time Risk</i> berpengaruh tidak terbukti negatif terhadap BI.
--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Facilitating condition</i> berpengaruh terbukti positif terhadap UB dengan dimoderasi <i>age</i> dan <i>experience</i>. • <i>Behavioral Intension</i> berpengaruh terbukti positif terhadap UB
2	Handayani (2007)	<p><i>Variabel independent:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ekspektasi kinerja • ekspektasi usaha • faktor sosial • kondisi yang akan memfasilitasi <p><i>Variabel dependent:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • minat pemanfaatan sistem informasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ekspektasi kinerja mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat pemanfaatan sistem informasi. • Ekspektasi usaha mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat pemanfaatan sistem informasi. • Faktor sosial mempunyai pengaruh positif signifikan

			<p>terhadap minat pemanfaatan sistem informasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kondisi yang akan memfasilitasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi. • Minat pemanfaatan sistem informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan sistem informasi.
3	Venkatesh et al, (2003)	<p><i>Variabel Independent :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekpektasi kinerja • Ekspektasi usaha • Pengaruh sosial • Kondisi yang memfasilitasi <p><i>Variabel dependent:</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ekspektasi kinerja mempunyai pengaruh terhadap minat pemanfaatan SI. • Ekspektasi usaha mempunyai pengaruh terhadap minat

		<ul style="list-style-type: none"> • Minat pemanfaatan sistem informasi (SI) 	<ul style="list-style-type: none"> • pemanfaatan SI. • Faktor sosial mempunyai pengaruh terhadap minat pemanfaatan SI. • minat pemanfaatan SI dan kondisi yang memfasilitasi pemakai berpengaruh terhadap penggunaan SI
4	Jin (2003)	<p><i>Variabel Independent :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Faktor sosial • Perasaan • Kesesuaian tugas • Konsekuensi jangka panjang <p><i>Variabel dependent:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemanfaatan Teknologi informasi (TI) 	<ul style="list-style-type: none"> • faktor sosial pengaruh positif antara, perasaan, kesesuaian tugas, konsekuensi jangka panjang terhadap pemanfaatan TI. • Adanya pengaruh yang negatif antara kesesuaian tugas dengan pemanfaatan TI. 3.

			<ul style="list-style-type: none"> • Pengaruh yang negatif dan lemah antar kondisi yang memfasilitasi dengan pemanfaatan TI.
--	--	--	---

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*) merupakan tingkat keyakinan *user* akan penggunaan teknologi yang membantu kinerja pada pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Hal ini mencerminkan persepsi pengguna dari peningkatan kinerja dengan menggunakan *e-banking*, seperti kemudahan reservasi, respon cepat, dan efektivitas layanan (Zhou, T., Lu, Y., & Wang, 2010).

Variabel ini dianggap penting karena penelitian-penelitian sebelumnya terbukti sebagai faktor paling mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap teknologi. Pendapat ini didukung secara empiris oleh Riffai (2012), Martins et al., (2014) dan Zuiderwijk, A., Janssen, M., & Dwivendi, (2015) yang menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan pada sistem akan meningkatkan performansi kerja merupakan awal munculnya sikap yang positif. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : ekpektasi kinerja(*performance expectancy*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-banking*.

2.4.2 Ekspektasi usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi usaha (*Effort expectancy*) adalah tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan layanan *e-banking*. Ini sama dengan persepsi kemudahan penggunaan dari TAM dan *complexity* dari IDT (Martins et al., 2014). Ketika user merasa bahwa teknologi mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha, mereka akan mempunyai ekspektasi tinggi untuk mendapatkan kinerja yang diharapkan, jika tidak, harapan kinerja mereka akan rendah (Zhou, T., Lu, Y., & Wang, 2010). Hal ini mencerminkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan dalam penggunaan layanan *e-banking* maka semakin tinggi intensitas penerimaan dan penggunaan layanan *e-banking*. Pendapat ini didukung secara empiris oleh Zhou et al., (2010) yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-banking*. Dari uraian tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis berikut:

H2 : Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-banking*.

2.4.3 Pengaruh Sosial (*Social Influences*)

Faktor sosial diartikan sebagai tingkat dimana seorang individu menganggap bahwa orang lain menyakinkan dirinya bahwa dia harus menggunakan sistem baru. Faktor sosial sebagai determinan langsung dari minat pemanfaatan sistem informasi adalah direpresentasikan oleh konstruk–konstruk yang terkait yaitu norma subyektif, faktor sosial dan *image* (Venkatesh et al., 2003).

Thompson et al (1991) menemukan hubungan yang positif dan signifikan antara faktor-faktor sosial pemakai sistem, dimana faktor-faktor sosial ditunjukkan dari besarnya dukungan teman sekerja, manajer senior, pimpinan dan organisasi. Sedangkan Davis (1989) menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan norma-norma sosial terhadap pemanfaatan sistem informasi.

Sesuai dengan teori Venkatesh et al., (2003) yang menyatakan hubungan signifikan positif faktor sosial terhadap minat pemanfaatan teknologi informasi dan bukti empiris yang mendukung lainnya, Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3 : Pengaruh sosial (*social Influences*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-banking*.

2.4.4 Kondisi Pendukung (*Facilitating Conditions*)

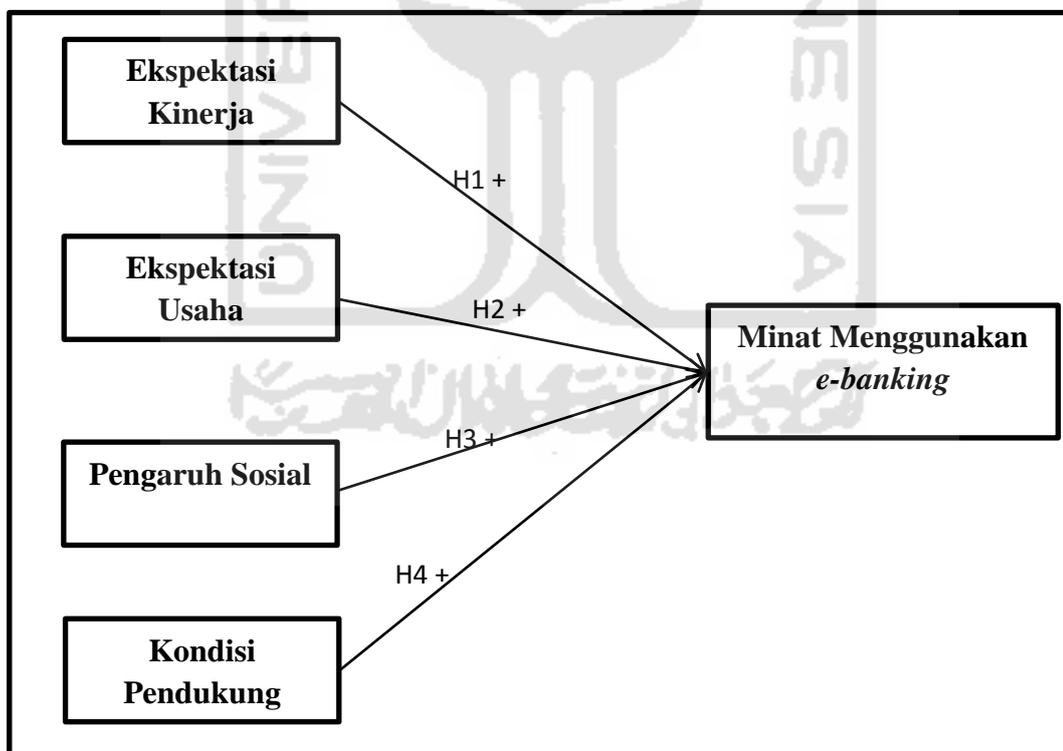
Kondisi pendukung (*Facilitating Condition*) mencerminkan pengaruh infrastruktur organisasi dan teknis mendukung penggunaan teknologi *e-banking*, seperti pengetahuan, kemampuan *user*, dan sumber daya (Venkatesh et al., 2003). Sistem mengharuskan *user* untuk memiliki keterampilan tertentu seperti konfigurasi dan mengoperasikan *gadget*, serta menghubungkan ke Internet (Martins et al., 2014). Selain itu, *user* juga memerlukan biaya penggunaan seperti biaya akses data ketika mengoperasikan sistem. Jika pengguna tidak memiliki sumber daya *finansial* dan keterampilan operasional yang diperlukan, mereka tidak akan mengadopsi atau menggunakan sistem (Hong, S.-J., Thong, J. Y. L., Moon, J.-Y., & Tam, 2008). Berdasarkan uraian diatas, *facilitating condition* mempunyai pengaruh terhadap *usage behavior* (UB). Artinya, semakin tinggi

dukungan fasilitas infrastruktur maka semakin tinggi pula perilaku penggunaan teknologi tersebut. Hal ini di dukung oleh penelitian Handayani (2007) yang menyatakan bahwa kondisi pendukung berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-banking*. Dengan demikian, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Kondisi pendukung (*facilitating condition*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-banking*.

2.5 Kerangka Penelitian

Berdasarkan hipotesis diatas model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Penelitian

BAB III

Metode Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *e-banking* di Indonesia. Dipilihnya responden nasabah bank pada penelitian ini karena nasabah bank diasumsikan selalu membutuhkan teknologi sistem informasi seperti *e-banking* untuk mempermudah aktivitas yang berhubungan dengan perbankan. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 210 responden. Jumlah variabel yang diukur dalam penelitian ini termasuk faktor-faktornya yaitu ada 24 pertanyaan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *convenience sampling*, dimana responden yang ditemui pada saat penelitian akan dijadikan sampel penelitian. Pemilihan teknik *sampling* tersebut didasarkan pada kemudahannya dalam mendapatkan sampel penelitian.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dalam bentuk survei, yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner dibuat dengan menggunakan alternatif jawaban dalam skala likert dan disebar dengan dua cara yaitu penyebaran kuesioner dalam bentuk elektronik dengan menggunakan *google form* dan tertulis secara langsung. Kedua cara ini dipilih untuk mendapatkan responden dengan jumlah besar dalam waktu yang singkat. Penyebaran kuesioner tertulis secara langsung bisa menjalin hubungan dan memberi motivasi kepada responden sedangkan kuesioner elektronik sangat mudah diakses, mencakup jangkauan yang

luas dalam satu waktu, penyebaran yang cepat dan hampir tanpa biaya (Sekaran, U., & Bougie, 2013).

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas terdiri atas empat variabel yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), kondisi sosial (*social influences*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*). Sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah minat menggunakan e-banking. Pengukuran untuk seluruh variabel menggunakan kuesioner yang di adopsi dari penelitian Martins et al., (2014) meliputi tiga puluh tujuh (37) item pertanyaan dengan skala likert enam (6) point. Namun pada penelitian ini hanya menggunakan dua puluh empat (24) item pertanyaan.

Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) merupakan tingkat keyakinan *user* akan penggunaan teknologi yang membantu kinerja pada pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Variabel bebas ini diukur dengan enam (6) item mulai dari skala satu (sangat tidak setuju), skala dua (tidak setuju), skala tiga (kurang setuju), skala empat (cukup setuju), skala lima (setuju), dan skala enam (sangat setuju) dari setiap pertanyaan yang diajukan.

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) merupakan tingkat kemudahan dalam penggunaan teknologi yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Variabel bebas ini diukur dengan empat (4) item mulai dari skala satu (sangat tidak setuju), skala

dua (tidak setuju), skala tiga (kurang setuju), skala empat (cukup setuju), skala lima (setuju), dan skala enam (sangat setuju).

Pengaruh sosial (social influences) didefinisikan sebagai tingkat dimana seorang individu merasa bahwa orang-orang terdekat meyakinkan dirinya bahwa dia harus menggunakan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Variabel bebas ini diukur dengan enam (6) item mulai dari skala satu (sangat tidak setuju), skala dua (tidak setuju), skala tiga (kurang setuju), skala empat (cukup setuju), skala lima (setuju), dan skala enam (sangat setuju).

Kondisi Pendukung (facilitating Condition) mencerminkan pengaruh infrastruktur organisasi dan teknis mendukung penggunaan teknologi baru, seperti pengetahuan, kemampuan *user*, dan sumber daya (Venkatesh et al., 2003). Variabel bebas ini diukur dengan empat (4) item mulai dari skala satu (sangat tidak setuju), skala dua (tidak setuju), skala tiga (kurang setuju), skala empat (cukup setuju), skala lima (setuju), dan skala enam (sangat setuju).

Minat menggunakan e-banking merupakan layanan perbankan yang meliputi *Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking, dan Phone Banking*. *E-banking* merupakan layanan perbankan yang menggunakan media elektronik sebagai perantara. Selanjutnya beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel minat menggunakan *Electronic Banking* adalah:

- a. Sebagai sarana penyediaan multi channel
- b. Penghematan biaya transaksi bank
- c. Mudah

d. Memberikan keamanan bertransaksi 24 jam sehari dimanapun nasabah berada.

Berikut adalah daftar pertanyaan pada kuesioner beserta sumbernya :

Tabel 3.1

Daftar Pertanyaan Kuesioner dan Sumber

No	Variabel	Pertanyaan	Sumber
1	Minat Menggunakan e-banking (Y)	Saya menggunakan layanan <i>e-banking</i> untuk berbagai transaksi (transfer, pembayaran, penjualan, pembelian, dll)	(Sari, 2012)
		<i>Layanan e-banking</i> sesuai dengan kebutuhan saya	(Sampurno 2015)
		Bertransaksi menggunakan layanan <i>e-banking</i> menjadi praktis	(Sari, 2012)
		Bank menyediakan komunikasi yang aman untuk melindungi transaksi pembayaran klien dalam 24 jam sehari	(Sarie, 2013)
2	Ekspektasi kinerja (X1)	<i>Layanan e-banking</i> berguna di kehidupan sehari-hari saya	(Sari, 2012)
		<i>Layanan e-banking</i> membantu	(Aminulloh, 2016)

		saya melakukan pekerjaan dengan lebih cepat	
		Menggunakan layanan <i>e-banking</i> akan meningkatkan produktivitas saya	(Aminulloh, 2016)
		Menggunakan layanan <i>e-banking</i> akan meningkatkan kinerja saya	(Aminulloh, 2016)
		Menggunakan layanan <i>e-banking</i> akan meningkatkan kompetensi saya	(Sampurno, 2015)
		Menggunakan layanan <i>e-banking</i> menawarkan saya sebuah keunggulan yang kompetitif	(Sampurno, 2015)
3	Ekspektasi Usaha (X2)	Menurut saya menggunakan layanan <i>e-banking</i> jelas dan dimengerti	(Aminulloh, 2016)
		Menurut saya layanan <i>e-banking</i> mudah digunakan	(Aminulloh, 2016)
		Menurut saya mudah untuk menguasai penggunaan layanan <i>e-banking</i>	(Aminulloh, 2016)
		Menurut saya sangat mudah untuk menjadi mahir menggunakan <i>e-</i>	(Aminulloh, 2016)

		<i>banking</i>	
4	Pengaruh Sosial (X3)	Orang-orang mempengaruhi saya agar menggunakan layanan <i>e-banking</i>	(Aminulloh, 2016)
		Orang-orang di lingkungan saya menyarankan untuk menggunakan layanan <i>e-banking</i>	(Aminulloh, 2016)
		Orang-orang di lingkungan saya yang menggunakan layanan <i>e-banking</i> memiliki prestise lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak menggunakan	(Aminulloh, 2016)
		Orang-orang di lingkungan saya yang menggunakan layanan <i>e-banking</i> memiliki status sosial lebih tinggi	(Aminulloh, 2016)
		Orang-orang di lingkungan saya merasa bahwa menggunakan layanan <i>e-banking</i> penting bagi saya	(Aminulloh, 2016)
		Saya merasa bahwa <i>e-banking</i> tidak bertentangan dengan	(Sampurno, 2015)

		nilai-nilai saya sendiri	
5	Kondisi Pendukung (X4)	Saya memiliki fasilitas yang diperlukan untuk menggunakan layanan <i>e-banking</i>	(Aminulloh, 2016)
		Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan layanan <i>e-banking</i>	(Aminulloh, 2016)
		Saya yakin layanan <i>e-banking</i> kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan	(Aminulloh, 2016)
		Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya kesulitan menggunakan layanan <i>e-banking</i>	(Sari, 2012)

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pengujian validitas, pengujian realibilitas, pengujian asumsi klasik (multikolonieritas, heteroskedastisitas, dan normalitas), analisis persamaan regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji t. Adapun tahap-tahapnya adalah sebagai berikut :

3.4.1 Pengujian Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk menguji sejauh mana alat pengukur dapat mengungkapkan ketepatan gejala yang dapat diukur. Alat ukur yang digunakan dalam pengujian validitas adalah daftar pertanyaan yang telah diisi oleh responden dan akan diuji hasilnya guna menunjukkan *valid* tidaknya suatu data. Bila *valid*, ketetapan pengukuran data tersebut akan semakin tepat alat ukur tersebut. Kuesioner dikatakan *valid* apabila r hitung (*Corrected Item Total Correlation*) $>$ r tabel dan kuesioner dikatakan tidak *valid* apabila r hitung $<$ r tabel

3.4.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur reliabilitas ini adalah dengan rumus koefisien alpha.

Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6 dimana pada pengujian reliabilitas ini menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 13.

3.4.3 Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2001) Asumsi klasik adalah suatu alat uji yang digunakan untuk menguji dan mengetahui kelayakan atas model regresi serta memastikan bahwa model tersebut berdistribusi normal dan terbebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi.

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas ini memiliki tujuan apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan *One Sample Kormogorov-Smirnov Test*, dengan melihat tingkat signifikansi 5%. Jika Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 5% atau 0,005 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

3.4.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF multikolonieritas adalah kurang dari 10 dan *tolerance* mendekati 0,1.

3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pangamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas sedangkan jika berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas

atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat *scatter plot*, dimana suatu data dikatakan tidak mempunyai penyakit heteroskedastisitas jika hasil dari analisis data mengandung hal di bawah ini:

1. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

3.4.4 Uji Kelayakan Model (Analisis Koefisien Determinasi (R^2))

Menurut Ghazali (2001) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel terikat.

3.4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2001) Alat uji yang digunakan adalah *Regresi Linear Berganda*. Pengujian ini dilakukan karena penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan model regresi berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan : Y = Minat penggunaan *E-banking*

β_1-4 = Koefisien regresi dari variabel bebas (*Koefisien*)

X1 = Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectacy*)

X2 = Ekspektasi Usaha (*effort Expectacy*)

X3 = Pengaruh Sosial (*social influences*)

X4 = Kondisi Pendukung (*facilitating Condition*)

α = constant

e = epsilon (tingkat kesalahan)

3.4.6 Pengujian Hipotesis (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2001) Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Bila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat atau dalam hal ini hipotesis ditolak.

b. Bila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat atau dalam hal ini hipotesis diterima

3.4.6.1 Ekpektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

$H_{01}; \beta_1 \leq 0$: Ekpektasi kinerja (*performance Expectancy*) tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-banking*.

$H_{01}; \beta_1 \geq 0$: Ekpektasi kinerja (*performance Expectacy*) berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-banking*.

3.4.6.2 Ekpektasi Usaha (*effort Expectancy*)

$H_{02}; \beta_2 \leq 0$: Ekpektasi usaha (*effort Expectancy*) tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-banking*.

$H_{02}; \beta_2 \geq 0$: Ekpektasi usaha (*effortExpectancy*) berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-banking*.

3.4.6.3 Pengaruh Sosial (*social influence*)

$H_{04}; \beta_4 \leq 0$: Pengaruh sosial (*social influence*) tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-banking*.

$H_{04}; \beta_4 \geq 0$: Pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-banking*.

3.4.6.4 kondisi Pendukung (*facilitating Conditions*)

$H_{04}; \beta_4 \leq 0$: Kondisi pendukung (*facilitating conditions*) tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-banking*.

$H_{04}; \beta_4 \geq 0$: Kondisi pendukung (*facilitating conditions*) berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-banking*.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengguna *e-banking* di indonesia. Kuesioner disebar melalui *google docs* dan tertulis secara langsung. Total kuesioner yang didapat sebanyak 210 lembar. Dari 210 kuesioner yang diterima, hanya 204 kuesioner yang dapat digunakan oleh peneliti, sedangkan sisanya yaitu 6 kuesioner tidak dapat digunakan karena kuesioner tidak diisi secara lengkap dan ada kuesioner yang tidak kembali kepada peneliti. Keterangan lebih lengkap mengenai pengumpulan kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1.
Data kuesioner yang disebar

Keterangan	Jumlah	%
Kuesioner yang diterima	210	100%
Kuesioner yang diisi tidak lengkap	6	3%
Kuesioner yang digunakan	204	97%

4.2 Deskripsi Responden

4.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden terdiri dari 2 kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh

penelitian sebanyak 69 responden adalah laki-laki, dan 135 responden adalah perempuan. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2.
Jenis Kelamin Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Jenis Kelamin	Pria	69	41%
	Wanita	135	51%

4.2.2 Usia

Berdasarkan Usia responden terdiri dari 5 kategori, yaitu kurang dari 20 tahun, 20-30 tahun, 30-40 tahun, 40-50 tahun dan >50 tahun. Dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh peneliti. Sebanyak 75 responden berusia kurang dari 20 tahun, 65 responden berusia 20-30 tahun, 31 responden berusia 30-40 tahun, 28 responden berusia 40-50 tahun dan 5 responden berusia diatas 50. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3.

Usia Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Usia	< 20	75	37%
	20-30	65	32%
	30-40	31	15%
	40-50	28	14%
	>50	5	2%

4.2.3 Pendidikan

Berdasarkan pendidikan, dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh peneliti sebanyak 132 responden berpendidikan SMA, 68 responden berpendidikan S1, dan 4 responden berpendidikan S2 Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4
Pendidikan Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Pendidikan	SMA	132	65%
	S1	68	33%
	S2	4	2%
	S3	0	0%

4.2.4 Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh peneliti sebanyak 92 responden bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, 36 responden bekerja sebagai wiraswasta, 34 responden bekerja sebagai TNI/POLRI/PNS, dan 14 responden sebagai wirausaha serta 28 responden bekerja lainnya. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.5

Tabel 4.5
Pekerjaan Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Pendidikan	Pelajar/Mahasiswa	92	45%
	TNI/POLRI/PNS	34	17%
	Wiraswasta	36	18%
	Wirausaha	14	7%
	Pensiunan	0	0%
	Lainnya	28	14%

4.2.5 Pendapatan

Berdasarkan pendapatan, dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh peneliti sebanyak 73 responden mempunyai pendapatan Rp. 1.000.000 – 2.500.000, 62 responden mempunyai pendapatan < 1.000.000, 56 responden mempunyai pendapatan 2.500.000 – 5.000.000, dan 13 responden mempunyai pendapatan 5.000.000 – 10.000.000 Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.6

Tabel 4.6
Pendapatan Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Pendapatan	< 1.000.000	62	30%
	1.000.000 – 2.500.000	73	36%
	2.500.000 – 5.000.000	56	27%
	5.000.000 – 10.000.000	13	6%
	>10.000.000	0	0%

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan adalah dengan menghitung korelasi antara *score* masing-masing butir pertanyaan dengan total *score* setiap konstruksya. Pengujian ini menggunakan metode *Pearson Correlation*. Tabel berikut menyajikan hasil uji validitas:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	Pearsons's Correlations	Signifikansi	Keterangan
Minat Menggunakan e-banking			
Butir 1	0,867	0.000	Valid
Butir 2	0,860	0.000	Valid
Butir 3	0,799	0.000	Valid
Butir 4	0,765	0.000	Valid
Ekspektasi kinerja			
Butir 1	0,796	0.000	Valid
Butir 2	0,826	0.000	Valid
Butir 3	0,873	0.000	Valid
Butir 4	0,862	0.000	Valid
Butir 5	0,847	0.000	Valid
Butir 6	0,832	0.000	Valid
Ekspektasi Usaha			
Butir 1	0,855	0.000	Valid
Butir 2	0,903	0.000	Valid
Butir 3	0,921	0.000	Valid
Butir 4	0,914	0,000	Valid
Pengaruh Sosial			
Butir 1	0,846	0.000	Valid
Butir 2	0,801	0.000	Valid

Butir 3	0,840	0.000	Valid
Butir 4	0,762	0.000	Valid
Butir 5	0,743	0,000	Valid
Butir 6	0,634	0,000	Valid
Kondisi Pendukung			
Butir 1	0,889	0.000	Valid
Butir 2	0,843	0.000	Valid
Butir 3	0,864	0.000	Valid
Butir 4	0,793	0.000	Valid

Dengan melihat tabel di atas, dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dan signifikansi dari seluruh butir pernyataan variabel-variabel penelitian. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruh butir pernyataan variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% yang artinya seluruh butir pernyataan dan pertanyaan pada variabel penelitian dinyatakan valid, sehingga seluruh butir pernyataan dan pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini menggunakan reliabilitas konsistensi internal yaitu teknik *cronbach Alpha* (α). Apabila nilai *cronbach alpha* dari hasil pengujian $> 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa konstruk atau variabel itu adalah reliabel. Hasil analisis uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Minat Menggunakan e-banking	0,864	Reliabel
Ekspektasi Kinerja	0,916	Reliabel
Ekspektasi Usaha	0,920	Reliabel
Pengaruh Sosial	0,883	Reliabel
Kondisi Pendukung	0,867	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh seluruh variabel penelitian ini dapat dinyatakan sangat reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan dan pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen untuk penelitian selanjutnya.

4.4 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini menggunakan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi atas jawaban responden dari tiap-tiap variabel. Hasil analisis deskriptif variabel penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9
Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	204	1,00	6,00	4,9461	,90369
X1	204	1,00	6,00	4,6462	,92877
X2	204	2,25	6,00	4,9289	,85916
X3	204	1,00	6,00	4,2475	1,09902
X4	204	1,00	6,00	4,6275	,90717
Valid N (listwise)	204				

Dari hasil analisis data di atas, maka dapat disimpulkan deskripsi masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel minat menggunakan *e-banking* nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas minat menggunakan *e-banking* adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 6 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas minat menggunakan *e-banking* adalah sebesar 6. Nilai rata-rata minat menggunakan *e-banking* adalah sebesar 4,9461 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas minat menggunakan *e-banking*, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 4,9461. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,90369 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat menggunakan *e-banking* adalah sebesar 0,90369 dari 204 responden.
2. Variabel ekspektasi kinerja nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas ekspektasi kinerja adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 6 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas ekspektasi kinerja adalah sebesar 6. Nilai rata-rata ekspektasi kinerja adalah sebesar 4,6462 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas ekspektasi kinerja, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 4,6462. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,92877 memiliki

arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel ekspektasi kinerja adalah sebesar 0,92877 dari 204 responden.

3. Variabel ekspektasi usaha nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas ekspektasi usaha adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 6 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas ekspektasi usaha adalah sebesar 6. Nilai rata-rata ekspektasi usaha adalah sebesar 4,9289 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas ekspektasi usaha, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 4,9289. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,85916 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel ekspektasi kinerja adalah sebesar 0,85916 dari 204 responden.
4. Variabel pengaruh sosial nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas pengaruh sosial adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 6 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas pengaruh sosial adalah sebesar 6. Nilai rata-rata pengaruh sosial adalah sebesar 4,2475 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas pengaruh sosial, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 4,2475. Sedangkan standar deviasi sebesar 1,09902 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel pengaruh sosial adalah sebesar 1,09902 dari 204 responden.

5. Variabel kondisi pendukung nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas kondisi pendukung adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 6 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas kondisi pendukung adalah sebesar 6. Nilai rata-rata kondisi pendukung adalah sebesar 4,6275 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas kondisi pendukung, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 4,6275. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,90717 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel kondisi pendukung adalah sebesar 0,90717 dari 204 responden.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji autokorelasi tidak digunakan dalam penelitian ini karena data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *cross section* bukan data time series.

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan uji statistik *kolmogorov-smirnov*. Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.10 di bawah ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,285

Dari hasil uji kolmogorov-smirnov di atas, dihasilkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,285. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini terdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* di atas 0,05 dan model regresi tersebut layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.5.2 Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas pada model regresi berganda yang dihasilkan dapat dilakukan dengan menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance dari masing-masing variabel bebas dalam model regresi. Tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1.

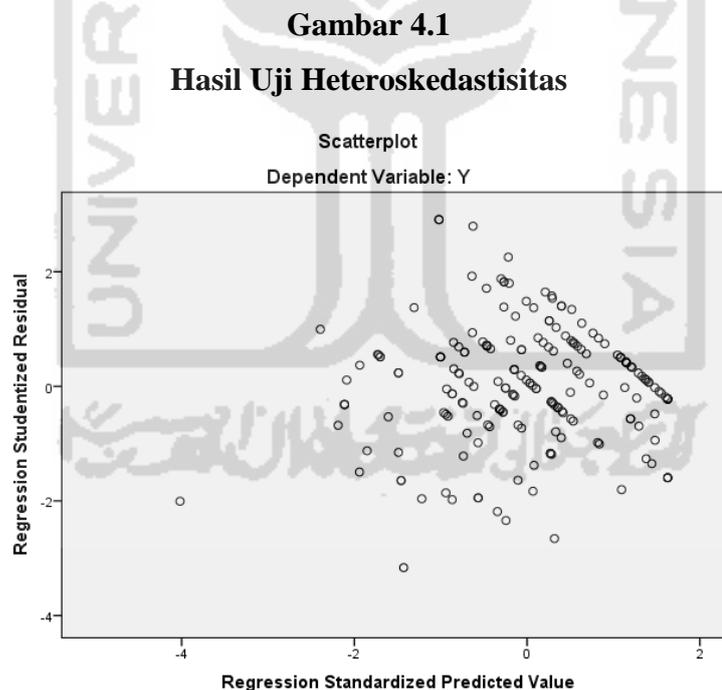
Table 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
X1	,380	2,631
X2	,436	2,295
X3	,630	1,586
X4	,437	2,289

Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa pada bagian *collinierity statistic*, nilai VIF pada seluruh variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* di atas 0.1. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen pada penelitian ini tidak ada gejala multikolinieritas.

4.5.3 Heteroskedastisitas

Penyimpangan asumsi model klasik yang lain adalah adanya heteroskedastisitas, artinya *varians* variabel dalam model tidak sama (konstan). Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *scatter plot*. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.1 di bawah ini.



Hasil analisis uji heteroskedastisitas di atas adalah:

1. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

3. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Dari hasil analisis uji heteroskedastisitas di atas, dihasilkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis mengenai koefisien model regresi adalah seperti yang tercantum dalam table berikut ini :

Tabel 4.12
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>
	B
(Constant)	,618
X1	,271
X2	,398
X3	,105
X4	,144

Berdasarkan tabel diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,618 + 0,271X1 + 0,398X2 + 0,105X3 + 0,144X4$$

Dari hasil persamaan regresi linier dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) sebesar 0,618 memberi pengertian jika seluruh variabel independen konstan atau sama dengan nol (0), maka besarnya tingkat minat menggunakan *e-banking* sebesar 0,618 satuan.
2. Untuk variabel ekspektasi kinerja, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,271 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel ekspektasi kinerja meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat menggunakan *e-banking* akan meningkat sebesar 0,271 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
3. Untuk variabel ekspektasi usaha, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,398 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel ekspektasi kinerja meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat menggunakan *e-banking* akan meningkat sebesar 0,398 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
4. Untuk variabel faktor sosial, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,105 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel faktor sosial meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat menggunakan *e-banking* akan meningkat sebesar 0,105 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
5. Untuk variabel kondisi pendukung, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,144 yang dapat diartikan bahwa apabila pada variabel kondisi pendukung meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat minat menggunakan *e-banking* akan meningkat sebesar 0,144 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

4.7 Uji Kelayakan Model (Analisis Koefisien Determinasi (R^2))

Menurut Ghozali (2001) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13

Hasil Analisis Kelayakan modal

Model	<i>Adjusted R Square</i>
1	,629

Hasil perhitungan koefisien determinasi, dihasilkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,629. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya variasi variabel *independent* dalam mempengaruhi model persamaan regresi adalah sebesar 62,9% dan sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

4.8 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji *statistic t*. Hasil uji *statistic t* dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini :

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Hipotesis

Model	Sig.
(Constant)	,010
X1	,000
X2	,000
X3	,019
X4	,027

Adapun hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel ekspektasi kinerja. Besarnya koefisien regresi ekspektasi kinerja yaitu 0,271 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,271 dapat diartikan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-banking* sehingga hipotesis penelitian pertama dalam penelitian ini diterima.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel ekspektasi usaha. Besarnya koefisien regresi ekspektasi usaha yaitu 0,398 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,398 dapat diartikan bahwa ekspektasi

usaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-banking* sehingga hipotesis penelitian kedua dalam penelitian ini diterima.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel faktor sosial. Besarnya koefisien regresi faktor sosial yaitu 0,105 dan nilai signifikansi sebesar 0,019. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,019 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,105 dapat diartikan bahwa faktor sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-banking* sehingga hipotesis penelitian ketiga dalam penelitian ini diterima.

4. Pengujian Hipotesis Keempat

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel kondisi pendukung. Besarnya koefisien regresi kondisi pendukung yaitu 0,144 dan nilai signifikansi sebesar 0,027. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena $0,027 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,144 dapat diartikan bahwa kondisi pendukung berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-banking* sehingga hipotesis penelitian keempat dalam penelitian ini diterima.

4.9 Pembahasan Hipotesis

4.9.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking*

Hasil penelitian membuktikan ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-banking*. Semakin tinggi ekspektasi kinerja maka minat penggunaan *e-banking* juga akan meningkat.

Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) merupakan tingkat keyakinan *user* akan penggunaan teknologi yang membantu kinerja pada pekerjaannya (Venkatesh et al. 2003). Hal ini mencerminkan persepsi pengguna dari peningkatan kinerja dengan menggunakan *e-banking*, seperti kemudahan reservasi, respon cepat, dan efektivitas layanan (Zhou, Lu, & Wang, 2010). Variabel ini dianggap penting karena penelitian-penelitian sebelumnya terbukti sebagai faktor paling mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap teknologi. Ekspektasi kinerja diyakini bahwa seorang individu akan menggunakan *e-banking* apabila sistem tersebut dapat membantunya untuk meningkatkan kinerja. Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) sebagai tingkat dimana seorang individu meyakini bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu dalam meningkatkan kinerjanya (Venkatesh, 2003).

Hasil penelitian ini sesuai penelitian Riffai et al. (2012), Martins et al. (2014) dan Zuiderwijk et al. (2015) yang menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan pada sistem akan meningkatkan performansi kerja merupakan awal munculnya sikap yang positif.

4.9.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking*

Hasil penelitian membuktikan ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-banking*. Semakin tinggi ekspektasi usaha maka minat penggunaan *e-banking* juga akan meningkat.

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) adalah tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan layanan *e-banking*. Ini sama dengan persepsi kemudahan penggunaan dari TAM dan complexity dari IDT (Martins et al., 2014). Ketika *user* merasa bahwa teknologi mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha, mereka akan mempunyai ekspektasi tinggi untuk mendapatkan kinerja yang diharapkan, jika tidak, harapan kinerja mereka akan rendah (Zhou et al., 2010). Hal ini mencerminkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan dalam penggunaan layanan *e-banking* maka semakin tinggi intensitas penerimaan dan penggunaan layanan *e-banking*.

Hasil penelitian ini sesuai penelitian Zhou et al., (2010) yang membuktikan ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-banking*.

4.9.3 Pengaruh Sosial (*Social Influence*) Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking*

Hasil penelitian membuktikan pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-banking*. Semakin tinggi pengaruh sosial maka minat penggunaan *e-banking* juga akan meningkat.

Faktor sosial diartikan sebagai tingkat dimana seorang individu menganggap bahwa orang lain menyakinkan dirinya bahwa dia harus menggunakan sistem baru. Faktor sosial sebagai determinan langsung dari minat pemanfaatan sistem informasi adalah direpresentasikan oleh konstruk–konstruk yang terkait yaitu norma subjektif, faktor sosial dan *image* (Venkatesh et al., 2003). Pengaruh sosial merupakan faktor yang mempengaruhi *user* dalam penerimaan dan penggunaan teknologi karena sulit membedakan sumber *attitude* yang muncul apakah dari pengaruh sosial atau diri sendiri (Malhotra & Galetta, 1999).

Hasil ini sesuai penelitian Thompson, et al. (1991) dan Maedah (2001) menemukan hubungan yang positif dan signifikan antara faktor-faktor sosial pemakai sistem, dimana faktor-faktor sosial ditunjukkan dari besarnya dukungan teman sekerja, manajer senior, pimpinan dan organisasi.

4.9.4 Pengaruh Kondisi Pendukung (*Facilitating Condition*) Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking*

Hasil penelitian membuktikan kondisi pendukung berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-banking*. Semakin tinggi kondisi pendukung maka minat penggunaan *e-banking* juga akan meningkat.

Kondisi pendukung (*Facilitating Condition*) mencerminkan pengaruh infrastruktur organisasi dan teknis mendukung penggunaan teknologi *e-banking*, seperti pengetahuan, kemampuan *user*, dan sumber daya (Venkatesh et al., 2003). Sistem mengharuskan *user* untuk memiliki keterampilan tertentu seperti konfigurasi dan mengoperasikan *gadget*, serta menghubungkan ke Internet (Martins et al., 2014). Selain itu, *user* juga memerlukan biaya penggunaan seperti

biaya akses data ketika mengoperasikan sistem. Jika pengguna tidak memiliki sumber daya *finansial* dan keterampilan operasional yang diperlukan, mereka tidak akan mengadopsi atau menggunakan sistem (Hong et al., 2008; Zhou et al., 2010.) Artinya, semakin tinggi dukungan fasilitas infrastruktur maka semakin tinggi pula perilaku penggunaan teknologi tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai peneltiian Zhou et al., (2010) yang membuktikan kondisi pendukung berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-banking*.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu minat menggunakan *e-banking* karena berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat kurangnya minat orang-orang terhadap penggunaan *e-banking* baik kelas menengah atau pun kelas menengah ke atas dan juga *user* yang menggunakan *e-banking* hanya untuk melihat berapa saldo mereka bukan untuk transaksi elektronik lainnya. Oleh karena itu, peneliti ini menguji kembali sejauh mana *user* tertarik menggunakan *e-banking* dan bagaimana manfaatnya terhadap *user*.

E-banking merupakan pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi-komunikasi dan transaksi perbankan melalui jaringan internet, handphone, dan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Bank Indonesia, 2004). Berdasarkan penelitian sebelumnya, *E-banking* memiliki faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-banking*. Variabel tersebut adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, dan kondisi pendukung. Variabel-variabel ini kemudian dijadikan variabel terikat dalam penelitian ini.

Menurut Venkatesh et al., (2003) Ekspektasi Kinerja (*Performance expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat dimana *user* yakin dengan

menggunakan sistem tersebut akan membantu kinerja pada pekerjaannya. Ekpektasi usaha (*effort expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang dikaitkan dalam penggunaan sistem *e-banking*. Pengaruh sosial yaitu tingkat persepsi individu terhadap kepentingan yang dipercaya oleh orang lain mempengaruhinya menggunakan sistem yang baru . Sedangkan Kondisi Pendukung (*Facilitating Conditions*) merupakan tingkat kepercayaan seorang bahwa infrastruktur organisasional dan teknis tersedia untuk mendukung sistem.

Pada penelitian ini juga menggunakan *Unified Theory Of Acceptance And Use of Technology* (UTAUT) sebagai teori yang mendukung penelitian ini. UTAUT merupakan salah satu model penerimaan teknologi terkini yang menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori sehingga dianggap lebih komprhensif karena mampu menjelaskan variabel lebih banyak dibandingkan teori lainnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *e-banking* di indonesia. Sedangkan besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 210 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *convenience sampling*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dalam bentuk survei, yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara *google form* dan tertulis secara langsung.

Hasil dari penelitian ini adalah membuktikan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial dan kondisi pendukung berpengaruh positif signifikan

terhadap minat penggunaan *e-banking*. Semakin tinggi variabel ini maka semakin tinggi pula minat menggunakan *e-banking*.

Implikasi dari penelitian ini adalah Bagi Bank, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat terhadap penggunaan *e-banking*, dan keuntungan yang akan didapat dari pengoperasian *e-banking* secara berkelanjutan. Bagi Akademisi penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk mengetahui apa saja variabel-variabel dalam individu yang dapat memberikan pengaruh dalam perilaku penggunaan internet, terkhusus *e-banking*. Serta memberikan informasi mengenai pentingnya dan manfaat dalam pengungkapan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *e-banking*. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Bagi pihak lain, penelitian ini memberikan informasi dan wawasan baik perbankan atau lembaga keuangan, dan nasabah untuk lebih memahami mengenai *e-banking*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil dari penelitian ini. Keterbatasan tersebut antara lain :

1. Data yang dikumpulkan dan dianalisis menggunakan metode kuesioner, sehingga memungkinkan terjadinya pengisian kuesioner responden yang tidak bersungguh-sungguh dan dapat menimbulkan hasil yang menyesatkan.

2. Penelitian menggunakan kuesioner dengan metode tertulis secara langsung terdapat kuesioner yang tidak di kembalikan kepada peneliti dan juga tidak diisi secara lengkap.
3. Variabel independen yang digunakan hanya 4 variabel

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian maka dapat diberikan saran bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan atau menambakan metode pengumpulan data selain dengan metode kuesioner. Hal ini berguna agar dapat mengurangi terjadinya bias dan kesesatan data.
2. Jika peneliti selanjutnya ingin menggunakan kuesioner dengan metode tertulis secara langsung maka harus melakukan pengawasan terhadap kuesioner yang disembarkannya sehingga tidak ada kuesioner yang tidak dikembalikan kepada peneliti.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel independen seperti persepsi resiko, persepsi kepercayaan, dan persepsi keamanan.

DAFTAR PUSTAKA

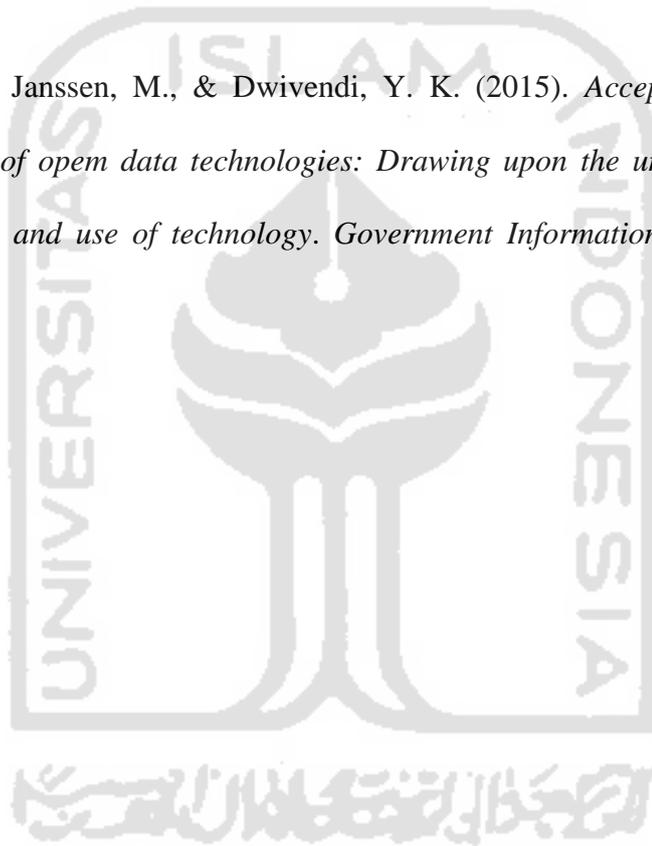
- Aminulloh, N. A. (2016). *integrasi aspek risiko dalam model utaut pada go ride*. Universitas Islam Indonesia.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rhinekka Cipta.
- Bank, & Indonesia. (2004). *Perihal Penerapa Manajemen Resiko Pada Aktifitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet Banking* Jakarta:Bank Indonesia.
- Cheung, C. . (2001). *Understanding Adoptions and Continual Usage Behavior Towards Internet Banking Services in Hongkong. Thesis. Hongkong: Lingnan University*.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 45–61.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). *Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workspace*. *Journal of Applied Social Psychology*, 59 (4), 67–78.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- fortuna, sakharosa citra dewi. (2013). *pengaruh faktor individu, organisasi, dan sistem terhadap penerimaan e- banking*. universitas islam indonesia.
- Geetha., K. ., & Malarvizhi, V. (2012). *Acceptance Of E-Banking Among Customers (An Empirical Investigation in India)*. *Journal of Management and Science*, Vol. 2 No., 78–85.

- Hamzah, A. (2009). *Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial, Kesesuaian Tugas dan Kondisi yang Memfasilitasi Pemakai Terhadap Minat pemanfaatan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Pemerintahan Kabupaten di Pulau Madura)*. *Simposium Nasional Sistem Teknologi Informasi 1*. Universitas Gadjadara : Yogyakarta.
- Handayani, R. (2007). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)*. *Simposium Nasional Akuntansi 10*. Universitas Hasanudin: Makassar.
- Handayani, T. (2015). *Analisis Penerapan Model UTAUT (Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus : Sistem Informasi Akademik pada STTNAS Yogyakarta) YOGYAKARTA*).
- Herington and weaven. (2007). Can Banks Improve Customer Relationships with High Quality Online Services?. *Managing Service Quality*. *Managing Service Quality*.
- Hong, S.-J., Thong, J. Y. L., Moon, J.-Y., & Tam, K. Y. (2008). *Understanding the behavior of mobile data services consumers*. . *Information Systems Frontier*, 10 (4)(23–33).
- Malhotra, Y., & Galletta, D. F. (1999). *Extending the technology acceptance model to account for social influence: The oriental bases and empirical validation*. *Proceeding of the 32nd Hawaii International Conferenses on System Science*.

- Martins, C., Oliveria, T., & Popovic, A. (2014). *Understanding the Internet adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. International Journal of Information Management.*
- Milanda, D. . (2009). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan di STIE YKPN. UGM, Tesis Program Pasca Sarjana.*
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1996). *Integrating diffusion of innovations and theory of reasoned action models to predict utilization of information technology by end- users. International Journal of Information Management, 13 (5), 55–62.*
- Mukherjee, A., & Nath, P. (2003). *A Model of Trust in Online Relationship Banking. The International Journal of Bank Marketing Branford, 11 (3), 33–36.*
- Mulyawan, D. (2012). *Teknologi Branchless Banking Jalan Tengah Bank Nasabah.*
- O'Brian, David, & Detmar, S. (2005). *The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of e-Commerce Adoption. Journal of the Association for Information System, 1 (5), 119–122.*
- Olatokun, W., & Owoeye, O. J. (2012). *Influence of Individual, Organizational and System Factors on Attitude of Online Banking Users. Africa Regional Centre for Information Science (ARCIS), University of Ibadan at Nigeria. Proceedings of Informing Science & IT Education Conference (InSITE).*

- Ribbink, D., A. Riel., V. Liljander and Streukens, S. (2004). *Comfort Your Online Customer: Quality, Trust, and Loyalty on The Internet. Managing Service Quality, Vol. 14 No, 62–67.*
- Riffai, et al. (2012). Big TAM in Oman: *Exploring the promise of on-line banking, its adoption by customers and the challenges of banking in Oman. International Journal of Information Management, 32, 111–118.*
- Sampurno, G. (2015). *Minat Penggunaan Berulang E-Banking.* universitas islam indonesia.
- Sari, T. P. (2012). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap penggunaan.* universitas islam indonesia.
- Sarie, J. D. (2013). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan.* universitas islam indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for A skill-building approach 6th ed., John Wiley & Sons, Ltd.*
- Sugiarto. (2003). *Teknik Sampling.*
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Assessing IT usage: The role of prior experience. *MIS Quarterly, 13 (3), 83–89.*
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). *Personal computing: Toward a conceptual model of utilization. MIS Quarterly, 4 (5), 33–40.*
- Venkatesh, V., Et, & Al. (2003). User acceptance of information technology. *Toward a Unified View". MIS Quarterly, 27 (3), 112–121.*
- Wardani, A. K. (2012). *pengaruh kepercayaan, manfaat, dan referensi terhadap kesetiaan pengguna internet banking magelang.* universitas islam indonesia.

- Yusnaini. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Bank Swasta. *Jurnal Dinamika Akuntansi, Vol. 2, No, 27–31.*
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. *Computers in Human Behavior, 26 (1), 92–98.*
- Zuiderwijk, A., Janssen, M., & Dwivendi, Y. K. (2015). *Acceptance and use predictors of open data technologies: Drawing upon the unified theory of acceptance and use of technology. Government Information Quarterly, 32 (2), 93–99.*



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Terhadap Penggunaan e-Banking

Petunjuk Umum

Assalamualaikum Wr, Wb

1. Dalam rangka melaksanakan Tugas Akhir (Skripsi) untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, penulis bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Terhadap Penggunaan e-banking". Saya mohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i, untuk bersedia mengisi kuesioner penelitian ini.
2. Mohon menjawab pernyataan-pernyataan yang diajukan menurut persepsi dan pengetahuan anda. Semua pernyataan membutuhkan jawaban berupa pandangan dan opini yang diukur dengan skala 1-6. Tidak ada jawaban benar dan salah dalam kuesioner ini. Ini merupakan opini anda atas beberapa topik.
3. Respon anda atas kuesioner ini akan dijaga kerahasiannya. Mohon setiap pernyataan dibaca dengan teliti. Kemudian berikan jawaban persetujuan atau ketidaksetujuan anda dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 6 (sangat setuju).
4. Kuesioner ini terdiri atas beberapa bagian, mohon menjawab semuanya.
5. Apabila ada pertanyaan terkait kuesioner silahkan hubungi:
08122593978

Peneliti

Muhammad Ikrar

Definisi

Untuk tujuan penelitian ini, kami menggunakan definisi atas istilah-istilah penting sebagai berikut:

E-banking merupakan pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi-komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, layanan jasa bank yang meliputi Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking, dan Phone Banking merupakan layanan perbankan yang menggunakan media elektronik sebagai perantaranya.

Bagian 1: Identitas Responden.

Berikut ini adalah beberapa informasi latar belakang anda untuk tujuan penelitian saja, mohon anda menjawab dibawah ini dengan memberikan tanda silang (X) yang mewakili jawaban yang menurut anda paling tepat.

- 1). Jenis Kelamin : 1. Pria
2. Wanita
- 2). Usia : 1. < 20
2. 20-30
3. 30-40
4. 40-50
5. > 50
- 3). Pendidikan Terakhir : 1. SMA
2. S1
3. S2
4. S3
- 4). Jenis Pekerjaan : 1. Pelajar/mahasiswa
2. TNI/POLRI/PNS
3. Wiraswasta
4. Wirausaha
5. Pensiunan
6. Lainnya.....
- 5) Penghasilan Perbulan : 1. < 1.000.000

2. 1.000.000 – 2.500.000
3. 2.500.000 – 5.000.000
4. 5.000.000 – 10.000.000
5. > 10.000.000

Bagian 2: Tanggapan Responden

PETUNJUK PENGISIAN: : Saudara cukup memilih salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X) pada kolom yang tersedia sesuai dengan persepsi Saudara terhadap penggunaan E-Banking

Keterangan pilihan jawaban yang tersedia sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

CS : Cukup Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

A. Minat Menggunakan e-banking

Pernyataan-pernyataan berikut ini menggambarkan pengalaman dan opini anda tentang e-banking, dengan adanya kemudahan dan penghematan biaya transaksi melalui bank dapat meningkatkan minat terhadap penggunaan e-banking.

No	Minat Menggunakan e-banking	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya menggunakan layanan <i>e-banking</i> untuk berbagai transaksi (transfer, pembayaran, penjualan, pembelian, dll)						
2.	<i>Layanan e-banking</i> sesuai dengan kebutuhan saya						
3.	Bertransaksi menggunakan layanan <i>e-banking</i> menjadi praktis						

4.	Bank menyediakan komunikasi yang aman untuk melindungi transaksi pembayaran klien dalam 24 jam sehari						
----	---	--	--	--	--	--	--

B. Ekspektasi kinerja

Pernyataan-pernyataan berikut ini menggambarkan pengalaman dan opini anda tentang e-banking. Pengguna yakin dengan menggunakan e-banking akan membantu kinerja pada pekerjaannya.

No	Ekspektasi kinerja	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Layanan <i>e-banking</i> berguna di kehidupan sehari-hari saya						
2.	Layanan <i>e-banking</i> membantu saya melakukan pekerjaan dengan lebih cepat						
3.	Menggunakan layanan <i>e-banking</i> akan meningkatkan produktivitas saya						
4.	Menggunakan layanan <i>e-banking</i> akan meningkatkan kinerja saya						
5.	Menggunakan layanan <i>e-banking</i> akan meningkatkan kompetensi saya						
6.	Menggunakan layanan <i>e-banking</i> menawarkan saya sebuah keunggulan yang kompetitif						

C. Ekspektasi Usaha

Pernyataan-pernyataan berikut ini menggambarkan pengalaman dan opini anda tentang e-banking. Pengguna yakin dengan tingkat kemudahan pada sistem e-banking dalam melakukan pekerjaannya.

No	Ekpektasi Usaha	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Menurut saya menggunakan layanan <i>e-banking</i> jelas dan dimengerti						
2.	Menurut saya layanan <i>e-banking</i> mudah digunakan						
3.	Menurut saya mudah untuk menguasai penggunaan layanan <i>e-banking</i>						

4.	Menurut saya sangat mudah untuk menjadi mahir menggunakan <i>e-banking</i>						
----	--	--	--	--	--	--	--

D. Pengaruh Sosial

Pernyataan-pernyataan berikut ini menggambarkan pengalaman dan opini anda tentang *e-banking*. Sejauh mana pengguna *e-banking* merasakan penting bahwa orang lain harus menggunakannya.

No	Pengaruh Sosial	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Orang-orang mempengaruhi saya agar menggunakan layanan <i>e-banking</i>						
2.	Orang-orang di lingkungan saya menyarankan untuk menggunakan layanan <i>e-banking</i>						
3.	Orang-orang di lingkungan saya yang menggunakan layanan <i>e-banking</i> memiliki prestise lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak menggunakan						
4.	Orang-orang di lingkungan saya yang menggunakan layanan <i>e-banking</i> memiliki status sosial lebih tinggi						
5.	Orang-orang di lingkungan saya merasa bahwa menggunakan layanan <i>e-banking</i> penting bagi saya						
6.	Saya merasa bahwa <i>e-banking</i> tidak bertentangan dengan nilai-nilai saya sendiri						

E. Kondisi Pendukung

Pernyataan-pernyataan berikut ini menggambarkan pengalaman dan opini anda tentang e-banking. Tingkat kepercayaan penggunaan e-banking terhadap sebuah organisasi dan infrastruktur teknis yang ada untuk mendukung penggunaan sistem.

No	Kondisi Pendukung	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya memiliki fasilitas yang diperlukan untuk menggunakan layanan <i>e-banking</i>						
2.	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan layanan <i>e-banking</i>						
3.	Saya yakin layanan <i>e-banking</i> kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan						
4.	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya kesulitan menggunakan layanan <i>e-banking</i>						

Terimakasih

LAMPIRAN 2

Hasil Kuesioner

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Jumlah	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Jumlah
1	5	4	5	3	17	5	5	4	4	4	4	26
2	1	1	5	4	11	1	1	1	4	4	4	15
3	5	6	6	6	23	6	6	4	4	4	4	28
4	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
5	3	3	3	5	14	3	3	3	3	3	3	18
6	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
7	5	4	4	4	17	6	5	4	5	5	5	30
8	6	5	6	4	21	5	6	4	4	3	4	26
9	5	4	5	5	19	2	5	2	5	3	4	21
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
12	4	5	4	5	18	5	5	4	4	5	5	28
13	6	6	6	6	24	6	6	6	6	4	5	33
14	6	6	6	6	24	6	6	5	5	5	3	30
15	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
16	6	6	6	4	22	6	6	6	6	6	6	36
17	6	6	6	4	22	3	3	3	2	2	2	15
18	5	6	6	6	23	6	4	4	4	5	4	27
19	5	5	6	4	20	6	6	3	4	4	5	28
20	5	4	5	5	19	5	5	6	5	5	4	30
21	6	5	6	5	22	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
23	3	4	5	4	16	4	4	4	4	4	4	24
24	6	6	5	5	22	5	6	6	4	3	3	27
25	6	6	6	6	24	6	6	6	6	5	5	34
26	5	4	3	3	15	4	4	3	3	4	5	23
27	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
28	6	6	6	5	23	6	6	6	6	6	5	35
29	4	4	6	5	19	5	4	6	5	6	5	31
30	5	6	6	2	19	5	6	6	6	3	2	28
31	5	5	5	3	18	4	5	6	5	4	5	29
32	4	4	5	4	17	4	4	5	4	4	4	25
33	5	4	4	5	18	4	4	5	4	4	5	26
34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	6	4	26
35	4	4	5	5	18	5	6	6	4	4	4	29
36	3	2	2	2	9	3	3	3	3	3	3	18
37	6	6	6	6	24	5	5	5	5	5	5	30
38	6	5	6	6	23	5	6	6	6	5	5	33
39	6	5	6	5	22	5	6	6	5	4	4	30
40	6	6	6	5	23	5	5	5	5	5	5	30

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Jumlah	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Jumlah
41	6	5	5	5	21	6	5	4	4	5	4	28
42	4	4	6	4	18	6	4	4	4	4	4	26
43	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
44	6	6	6	6	24	5	6	5	5	5	5	31
45	4	5	5	4	18	5	4	4	4	4	4	25
46	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
47	6	6	6	6	24	4	6	4	3	4	3	24
48	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
49	6	6	6	5	23	6	5	5	5	5	4	30
50	4	3	3	3	13	4	5	4	4	4	3	24
51	2	3	5	3	13	5	5	3	3	2	2	20
52	6	6	6	6	24	6	6	6	6	5	6	35
53	6	6	6	5	23	4	6	3	3	3	3	22
54	6	6	6	5	23	6	6	6	4	4	6	32
55	6	6	6	6	24	6	6	4	6	6	6	34
56	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
57	6	6	6	3	21	5	6	6	6	6	6	35
58	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
59	6	6	6	5	23	6	6	6	6	5	5	34
60	3	4	5	5	17	5	5	4	4	4	4	26
61	4	4	5	5	18	5	5	5	5	4	5	29
62	6	6	6	6	24	6	5	5	5	5	5	31
63	6	5	4	3	18	5	5	4	3	3	3	23
64	6	6	5	4	21	5	6	3	5	5	5	29
65	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
66	6	6	6	6	24	6	6	6	5	5	5	33
67	6	5	6	5	22	6	5	5	4	4	4	28
68	4	3	6	3	16	4	2	3	3	2	5	19
69	3	3	6	3	15	2	4	4	4	4	4	22
70	4	5	5	4	18	4	4	5	5	5	5	28
71	6	6	6	5	23	5	4	3	3	3	4	22
72	6	6	6	4	22	6	6	6	6	6	6	36
73	6	5	5	4	20	6	5	5	5	6	5	32
74	3	4	4	3	14	4	4	3	4	5	4	24
75	3	3	4	3	13	5	4	4	4	3	4	24
76	6	6	6	6	24	6	6	6	6	4	6	34
77	5	5	6	5	21	5	5	5	5	5	5	30
78	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
79	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
80	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Jumlah	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Jumlah
81	4	4	5	5	18	5	4	4	5	4	4	26
82	6	5	6	5	22	5	6	6	5	5	4	31
83	6	5	5	5	21	5	5	4	4	4	5	27
84	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
85	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
86	4	4	4	4	16	5	5	5	4	4	4	27
87	6	6	6	6	24	6	6	4	4	4	5	29
88	5	5	6	5	21	6	6	5	6	6	5	34
89	6	6	6	6	24	6	6	4	4	2	2	24
90	5	5	5	5	20	6	5	5	6	5	5	32
91	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
92	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	4	19	5	5	4	4	4	4	26
95	6	6	6	6	24	5	6	6	6	4	4	31
96	2	2	6	6	16	6	6	6	5	6	6	35
97	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
98	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
99	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	3	25
100	6	6	6	5	23	5	5	5	5	5	4	29
101	6	5	6	5	22	6	6	6	6	5	5	34
102	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	24
103	6	6	6	5	23	6	6	6	6	4	5	33
104	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
105	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
106	6	6	6	5	23	6	6	6	6	6	5	35
107	6	5	6	5	22	5	5	6	5	5	5	31
108	6	6	5	3	20	5	5	3	3	3	4	23
109	6	6	6	6	24	6	6	5	5	4	5	31
110	6	6	6	5	23	6	6	6	6	6	6	36
111	4	6	6	4	20	5	5	4	4	6	6	30
112	6	6	4	4	20	5	5	3	3	3	4	23
113	6	6	6	6	24	6	5	6	6	6	5	34
114	6	5	5	3	19	5	4	3	3	3	4	22
115	5	4	5	5	19	5	4	4	4	4	5	26
116	5	5	5	4	19	5	5	4	4	4	4	26
117	3	3	4	2	12	3	4	3	2	4	4	20
118	5	5	6	4	20	5	5	4	4	3	3	24

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Jumlah	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Jumlah
119	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29
120	2	4	4	4	14	4	5	4	5	4	4	26
121	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
122	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
123	6	5	6	5	22	6	5	5	5	5	4	30
124	5	6	6	5	22	4	4	5	4	3	3	23
125	5	5	6	2	18	4	5	6	4	3	3	25
126	5	4	6	5	20	5	5	4	6	5	5	30
127	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	6
128	5	4	4	5	18	5	5	4	4	4	4	26
129	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	5	27
130	3	3	4	4	14	5	5	4	3	3	3	23
131	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
132	4	3	5	5	17	3	4	4	4	4	5	24
133	6	4	6	6	22	6	6	4	5	4	5	30
134	4	3	5	5	17	4	4	4	3	3	4	22
135	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	25
136	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	25
137	5	5	5	6	21	5	5	3	3	5	5	26
138	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
139	6	6	6	6	24	5	6	5	6	5	5	32
140	6	6	6	4	22	5	6	6	6	6	6	35
141	3	6	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24
142	6	5	5	5	21	6	6	6	6	6	6	36
143	6	3	6	6	21	6	6	6	6	6	6	36
144	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
145	6	5	6	6	23	3	4	3	3	4	3	20
146	3	3	5	3	14	5	2	2	2	3	3	17
147	5	5	6	3	19	4	4	5	5	3	3	24
148	3	4	5	4	16	4	4	3	3	4	4	22
149	5	5	5	5	20	6	6	6	6	6	6	36
150	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
151	4	2	6	6	18	2	4	3	5	6	6	26
152	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
153	5	6	6	6	23	6	6	5	4	5	5	31
154	5	5	5	5	20	5	5	5	4	3	3	25
155	4	4	4	4	16	5	4	4	3	3	4	23
156	5	5	4	5	19	5	5	3	3	3	4	23
157	2	3	3	4	12	4	4	4	4	3	4	23
158	6	6	6	5	23	5	6	5	4	4	5	29
159	6	3	6	3	18	5	6	6	4	3	4	28
160	6	6	6	5	23	6	6	4	4	4	4	28
161	4	3	6	5	18	4	4	4	4	4	5	25

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Jumlah	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Jumlah
162	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	4	26
163	4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	3	18
164	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	4	27
165	5	4	6	3	18	2	4	2	5	3	1	17
166	5	6	6	5	22	6	6	4	5	5	5	31
167	3	3	3	3	12	4	4	3	4	3	4	22
168	3	4	6	2	15	3	4	3	3	3	3	19
169	6	6	6	4	22	5	6	4	4	4	5	28
170	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
171	6	6	6	6	24	6	6	5	4	4	5	30
172	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	25
173	5	5	5	6	21	5	5	3	3	5	5	26
174	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
175	6	6	6	6	24	5	6	5	6	5	5	32
176	6	6	6	4	22	5	6	6	6	6	6	35
177	3	6	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24
178	6	5	5	5	21	6	6	6	6	6	6	36
179	6	3	6	6	21	6	6	6	6	6	6	36
180	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
181	6	5	6	6	23	3	4	3	3	4	3	20
182	3	3	5	3	14	5	2	2	2	3	3	17
183	5	5	6	3	19	4	4	5	5	3	3	24
184	3	4	5	4	16	4	4	3	3	4	4	22
185	3	4	4	4	15	6	6	6	6	6	6	36
186	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
187	4	2	6	6	18	2	4	3	5	6	6	26
188	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
189	5	6	6	6	23	6	6	5	4	5	5	31
190	5	5	5	5	20	5	5	5	4	3	3	25
191	4	4	4	4	16	5	4	4	3	3	4	23
192	5	5	4	5	19	5	5	3	3	3	4	23
193	2	3	3	4	12	4	4	4	4	3	4	23
194	6	6	6	5	23	5	6	5	4	4	5	29
195	6	3	6	3	18	5	6	6	4	3	4	28
196	6	6	6	5	23	6	6	4	4	4	4	28
197	4	3	6	5	18	4	4	4	4	4	5	25
198	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	4	26
199	4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	3	18
200	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	4	27
201	5	4	6	3	18	2	4	2	5	3	1	17
202	4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	3	18
203	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	4	27
204	5	4	6	3	18	2	4	2	5	3	1	17

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Jumlah
1	4	4	4	5	17	4	5	3	2	4	4	22
2	4	4	4	4	16	1	1	1	1	1	2	7
3	6	6	6	6	24	5	3	2	4	6	6	26
4	6	6	6	6	24	1	6	1	1	1	6	16
5	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
6	5	5	5	5	20	4	4	5	3	6	6	28
7	4	4	5	5	18	5	4	6	5	6	4	30
8	5	5	6	5	21	5	4	5	2	5	6	27
9	4	5	4	4	17	4	1	6	4	4	4	23
10	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	4	19
11	3	4	4	5	16	5	5	4	4	4	5	27
12	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24
13	6	6	6	6	24	4	4	5	4	5	6	28
14	5	5	4	3	17	6	6	6	6	6	6	36
15	6	6	6	6	24	5	5	5	3	5	6	29
16	6	6	6	6	24	4	4	6	6	6	6	32
17	5	5	5	6	21	6	5	5	5	5	5	31
18	5	4	5	5	19	6	6	6	6	5	5	34
19	5	5	5	5	20	5	5	5	3	5	5	28
20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29
21	5	5	5	5	20	4	4	3	3	4	5	23
22	5	5	5	5	20	4	4	5	4	5	5	27
23	3	3	3	4	13	3	3	2	2	3	1	14
24	5	5	5	5	20	6	6	5	5	6	6	34
25	5	6	6	6	23	5	5	5	4	5	5	29
26	5	5	5	4	19	3	4	3	3	4	4	21
27	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
28	5	6	6	6	23	6	6	5	4	5	6	32
29	6	6	6	6	24	5	5	6	3	6	6	31
30	6	6	6	6	24	1	2	1	3	1	6	14
31	5	5	5	6	21	4	5	5	4	5	5	28
32	4	4	4	5	17	5	4	4	3	3	4	23
33	5	5	4	4	18	3	3	3	3	3	2	17
34	6	5	5	5	21	5	5	5	6	5	5	31
35	5	5	4	4	18	4	4	5	5	4	4	26
36	5	5	5	5	20	2	2	2	2	2	2	12
37	5	5	5	5	20	3	4	5	4	4	4	24
38	5	5	5	6	21	5	6	5	2	5	5	28

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Jumlah
39	4	6	6	5	21	2	2	5	4	3	5	21
40	5	6	6	6	23	4	5	2	2	5	5	23
41	5	6	6	6	23	3	4	3	3	4	5	22
42	4	5	4	4	17	1	1	4	4	3	4	17
43	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
44	6	6	6	6	24	4	4	4	3	5	5	25
45	5	5	5	5	20	4	4	4	3	5	5	25
46	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	23
47	3	5	5	5	18	3	3	6	4	6	3	25
48	4	5	4	5	18	4	4	4	5	5	5	27
49	5	5	6	5	21	4	5	5	4	5	5	28
50	4	5	3	4	16	4	4	4	3	4	4	23
51	3	5	4	4	16	5	2	5	6	2	3	23
52	6	6	6	6	24	5	4	4	4	5	6	28
53	6	6	6	6	24	4	3	2	3	1	6	19
54	5	5	5	5	20	4	3	3	5	4	5	24
55	6	6	6	6	24	6	6	6	1	6	6	31
56	6	6	6	5	23	6	5	5	6	5	5	32
57	6	6	6	6	24	4	4	6	6	5	6	31
58	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
59	5	5	5	5	20	4	3	5	5	3	6	26
60	4	4	5	4	17	6	5	4	3	4	4	26
61	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	29
62	5	5	6	4	20	6	6	6	6	6	6	36
63	5	5	5	5	20	2	2	2	2	2	3	13
64	5	5	5	5	20	5	5	2	2	5	5	24
65	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	3	18
66	5	6	6	6	23	6	6	6	6	5	5	34
67	5	6	6	6	23	2	2	3	2	4	5	18
68	4	5	2	3	14	5	4	4	5	3	4	25
69	4	2	4	1	11	1	1	1	2	2	2	9
70	4	4	4	4	16	5	5	5	5	3	3	26
71	5	5	6	5	21	4	3	4	5	4	4	24
72	6	5	6	6	23	6	4	4	4	6	6	30
73	4	5	5	6	20	4	4	4	5	4	5	26
74	5	4	5	6	20	4	6	5	5	6	5	31
75	4	5	5	5	19	1	2	2	2	2	2	11
76	6	6	6	6	24	6	5	6	6	6	6	35
77	5	5	5	5	20	5	5	5	3	5	3	26
78	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
79	5	5	5	5	20	5	5	5	2	5	5	27
80	6	6	6	6	24	6	6	6	5	6	6	35

Res	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Jumlah
81	4	5	5	5	19	5	5	3	4	5	5	27
82	4	5	4	4	17	6	4	4	5	5	5	29
83	4	5	5	5	19	3	3	5	6	4	4	25
84	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	2	22
85	6	6	6	6	24	6	6	6	5	6	6	35
86	4	5	4	4	17	4	4	4	5	5	5	27
87	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
88	6	6	6	6	24	6	5	6	6	6	6	35
89	4	4	4	4	16	6	6	6	6	6	6	36
90	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	6	31
91	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
92	5	5	5	5	20	3	3	3	2	2	4	17
93	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	20	4	4	2	2	4	4	20
95	6	6	6	6	24	2	2	4	4	5	5	22
96	4	5	5	5	19	3	2	2	2	2	3	14
97	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
98	6	6	6	6	24	5	6	5	3	5	4	28
99	5	5	5	5	20	2	3	2	4	3	5	19
100	5	6	5	5	21	3	2	2	3	4	4	18
101	6	6	6	6	24	1	1	1	1	1	1	6
102	3	4	4	4	15	3	3	5	5	4	5	25
103	5	5	6	6	22	4	3	3	3	4	5	22
104	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
105	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
106	6	6	6	6	24	5	6	6	5	5	5	32
107	6	6	6	6	24	4	5	5	3	4	5	26
108	4	5	5	5	19	4	4	3	1	3	5	20
109	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
110	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
111	6	6	6	6	24	3	3	4	4	5	6	25
112	5	5	6	6	22	4	5	5	6	5	6	31
113	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
114	4	4	4	4	16	2	2	2	1	2	4	13
115	4	5	4	4	17	2	4	2	6	4	4	22
116	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	4	27
117	3	3	4	3	13	4	3	4	3	3	4	21
118	4	4	5	4	17	5	5	5	5	5	5	30
119	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	4	29
120	5	5	4	4	18	4	5	4	5	4	5	27

Res	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	jumlah
121	6	6	6	6	24	6	6	1	1	1	6	21
122	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
123	6	6	6	6	24	4	5	5	5	5	5	29
124	3	3	4	4	14	5	5	6	6	6	5	33
125	4	4	4	4	16	2	2	3	3	1	5	16
126	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
127	6	1	1	1	9	1	1	2	1	1	1	7
128	4	5	5	5	19	3	4	4	4	4	3	22
129	5	4	5	5	19	5	3	5	5	5	5	28
130	4	4	4	3	15	2	2	2	1	2	3	12
131	6	5	5	5	21	2	2	5	2	6	5	22
132	4	4	4	5	17	5	4	6	6	5	4	30
133	6	6	5	5	22	6	6	5	3	5	4	29
134	4	5	5	5	19	5	4	4	4	4	5	26
135	5	5	5	4	19	3	4	4	4	4	2	21
136	5	5	5	4	19	3	4	4	4	4	2	21
137	5	5	5	5	20	3	4	4	4	4	4	23
138	6	6	6	6	24	6	3	6	6	4	6	31
139	6	5	5	5	21	4	4	4	4	4	5	25
140	6	6	6	6	24	5	3	5	5	4	5	27
141	4	4	4	4	16	3	4	3	4	5	5	24
142	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
143	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
144	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
145	5	4	5	4	18	5	6	5	5	5	5	31
146	5	6	5	5	21	5	5	5	6	4	1	26
147	5	5	5	6	21	5	3	1	2	4	6	21
148	4	3	3	3	13	2	2	3	4	3	4	18
149	5	3	5	4	17	5	5	5	5	5	5	30
150	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
151	6	6	4	5	21	4	5	3	6	4	5	27
152	5	5	5	5	20	5	5	5	5	6	5	31
153	5	6	5	5	21	5	5	4	5	4	4	27
154	4	4	5	4	17	5	5	4	5	4	5	28
155	3	3	3	4	13	4	4	4	2	3	3	20
156	4	5	5	4	18	3	3	2	4	3	4	19
157	4	3	4	4	15	2	2	2	2	3	3	14
158	5	4	4	4	17	5	6	3	3	5	4	26
159	4	4	4	4	16	6	4	6	3	5	4	28
160	6	6	5	6	23	3	3	2	2	1	5	16

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Jumlah
161	5	4	5	4	18	6	6	5	4	5	5	31
162	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
163	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	4	19
164	5	5	5	5	20	2	2	4	3	3	5	19
165	5	6	4	3	18	1	6	2	5	3	6	23
166	5	5	5	5	20	4	4	4	3	3	5	23
167	3	4	3	4	14	5	5	5	4	4	3	26
168	2	4	4	3	13	3	3	2	4	3	3	18
169	6	6	6	6	24	5	4	1	1	2	6	19
170	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
171	6	6	6	6	24	5	6	4	5	6	5	31
172	5	5	5	4	19	3	4	4	4	4	2	21
173	5	5	5	5	20	3	4	4	4	4	4	23
174	6	6	6	6	24	6	3	6	6	4	6	31
175	6	5	5	5	21	4	4	4	4	4	5	25
176	6	6	6	6	24	5	3	5	5	4	5	27
177	4	4	4	4	16	3	4	3	4	5	5	24
178	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
179	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
180	6	6	6	6	24	2	2	5	4	3	6	22
181	5	4	5	4	18	6	5	5	5	5	5	31
182	5	6	5	5	21	5	5	5	6	4	1	26
183	5	5	5	6	21	5	3	1	2	4	6	21
184	4	3	3	3	13	2	2	3	4	3	4	18
185	5	3	5	4	17	5	5	5	5	5	5	30
186	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	36
187	6	6	4	5	21	4	5	3	6	4	5	27
188	5	5	5	5	20	5	5	5	5	6	5	31
189	5	6	5	5	21	5	5	4	5	4	4	27
190	4	4	5	4	17	5	5	4	5	4	5	28
191	3	3	3	4	13	4	4	4	2	3	3	20
192	4	5	5	4	18	3	3	2	4	3	4	19
193	4	3	4	4	15	2	2	2	2	3	3	14
194	5	4	4	4	17	5	6	3	3	5	4	26
195	4	4	4	4	16	6	4	6	3	5	4	28
196	6	6	5	6	23	3	3	2	2	1	5	16
197	5	4	5	4	18	6	6	5	4	5	5	31
198	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
199	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	4	19
200	5	5	5	5	20	2	2	4	3	3	5	19
201	5	6	4	3	18	1	6	2	5	3	6	23
202	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	4	19
203	5	5	5	5	20	2	2	4	3	3	5	19
204	5	6	4	3	18	1	6	2	5	3	6	23

Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Jumlah	Y	X1	X2	X3	X4
1	4	4	4	3	15	4,25	4,333333	4,25	3,666667	3,75
2	4	4	3	4	15	2,75	2,5	4	1,166667	3,75
3	4	5	5	6	20	5,75	4,666667	6	4,333333	5
4	6	6	6	6	24	6	6	6	2,666667	6
5	3	3	4	4	14	3,5	3	3	3	3,5
6	5	4	6	4	19	6	6	5	4,666667	4,75
7	5	5	5	5	20	4,25	5	4,5	5	5
8	5	6	5	4	20	5,25	4,333333	5,25	4,5	5
9	5	5	5	5	20	4,75	3,5	4,25	3,833333	5
10	5	5	5	3	18	5	5	5	3,166667	4,5
11	5	5	4	5	19	4	4	4	4,5	4,75
12	4	4	4	5	17	4,5	4,666667	5	4	4,25
13	6	5	5	4	20	6	5,5	6	4,666667	5
14	6	6	6	6	24	6	5	4,25	6	6
15	6	6	5	5	22	6	6	6	4,833333	5,5
16	6	6	6	5	23	5,5	6	6	5,333333	5,75
17	5	6	5	3	19	5,5	2,5	5,25	5,166667	4,75
18	5	5	4	5	19	5,75	4,5	4,75	5,666667	4,75
19	5	3	4	5	17	5	4,666667	5	4,666667	4,25
20	5	5	5	5	20	4,75	5	5	4,833333	5
21	5	5	5	5	20	5,5	5	5	3,833333	5
22	5	5	5	5	20	5	5	5	4,5	5
23	4	3	3	3	13	4	4	3,25	2,333333	3,25
24	5	4	2	1	12	5,5	4,5	5	5,666667	3
25	6	6	6	5	23	6	5,666667	5,75	4,833333	5,75
26	4	3	4	3	14	3,75	3,833333	4,75	3,5	3,5
27	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3
28	5	5	5	5	20	5,75	5,833333	5,75	5,333333	5
29	6	6	6	4	22	4,75	5,166667	6	5,166667	5,5
30	6	6	6	2	20	4,75	4,666667	6	2,333333	5
31	4	4	5	5	18	4,5	4,833333	5,25	4,666667	4,5
32	4	4	4	4	16	4,25	4,166667	4,25	3,833333	4
33	3	4	3	4	14	4,5	4,333333	4,5	2,833333	3,5
34	4	4	4	4	16	4	4,333333	5,25	5,166667	4
35	4	4	4	4	16	4,5	4,833333	4,5	4,333333	4
36	2	2	2	2	8	2,25	3	5	2	2
37	5	5	5	5	20	6	5	5	4	5
38	5	5	5	4	19	5,75	5,5	5,25	4,666667	4,75
39	3	6	4	4	17	5,5	5	5,25	3,5	4,25
40	5	6	5	3	19	5,75	5	5,75	3,833333	4,75

Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Jumlah	Y	X1	X2	X3	X4
41	5	6	5	5	21	5,25	4,666667	5,75	3,666667	5,25
42	5	5	4	5	19	4,5	4,333333	4,25	2,833333	4,75
43	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6
44	5	5	6	5	21	6	5,166667	6	4,166667	5,25
45	4	4	4	4	16	4,5	4,166667	5	4,166667	4
46	4	4	4	4	16	4	4	4	3,833333	4
47	6	6	6	6	24	6	4	4,5	4,166667	6
48	4	4	4	5	17	4,75	5	4,5	4,5	4,25
49	5	5	5	5	20	5,75	5	5,25	4,666667	5
50	4	4	5	3	16	3,25	4	4	3,833333	4
51	1	2	2	5	10	3,25	3,333333	4	3,833333	2,5
52	6	6	6	6	24	6	5,833333	6	4,666667	6
53	1	6	3	3	13	5,75	3,666667	6	3,166667	3,25
54	5	5	5	5	20	5,75	5,333333	5	4	5
55	6	6	6	6	24	6	5,666667	6	5,166667	6
56	5	5	5	5	20	5	5	5,75	5,333333	5
57	6	6	6	6	24	5,25	5,833333	6	5,166667	6
58	5	5	4	4	18	6	6	6	6	4,5
59	5	5	5	5	20	5,75	5,666667	5	4,333333	5
60	4	5	5	5	19	4,25	4,333333	4,25	4,333333	4,75
61	5	5	5	5	20	4,5	4,833333	5	4,833333	5
62	6	6	6	6	24	6	5,166667	5	6	6
63	3	4	5	2	14	4,5	3,833333	5	2,166667	3,5
64	5	5	5	5	20	5,25	4,833333	5	4	5
65	5	5	5	5	20	5	5	5	3	5
66	6	6	6	4	22	6	5,5	5,75	5,666667	5,5
67	5	5	6	3	19	5,5	4,666667	5,75	3	4,75
68	3	3	3	2	11	4	3,166667	3,5	4,166667	2,75
69	2	3	3	2	10	3,75	3,666667	2,75	1,5	2,5
70	4	4	4	4	16	4,5	4,666667	4	4,333333	4
71	5	5	4	3	17	5,75	3,666667	5,25	4	4,25
72	6	6	5	6	23	5,5	6	5,75	5	5,75
73	6	5	6	6	23	5	5,333333	5	4,333333	5,75
74	3	5	4	3	15	3,5	4	5	5,166667	3,75
75	3	4	4	4	15	3,25	4	4,75	1,833333	3,75
76	6	6	6	6	24	6	5,666667	6	5,833333	6
77	5	4	4	5	18	5,25	5	5	4,333333	4,5
78	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6
79	5	5	5	5	20	5	5	5	4,5	5
80	6	6	6	6	24	6	6	6	5,833333	6

Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Jumlah	Y	X1	X2	X3	X4
81	5	5	5	5	20	4,5	4,333333	4,75	4,5	5
82	4	4	4	3	15	5,5	5,166667	4,25	4,833333	3,75
83	4	5	4	5	18	5,25	4,5	4,75	4,166667	4,5
84	4	4	4	4	16	4	4	4	3,666667	4
85	6	6	6	5	23	6	6	6	5,833333	5,75
86	4	4	3	4	15	4	4,5	4,25	4,5	3,75
87	6	4	5	5	20	6	4,833333	5	5	5
88	6	5	6	5	22	5,25	5,666667	6	5,833333	5,5
89	4	4	4	4	16	6	4	4	6	4
90	5	5	5	5	20	5	5,333333	5	5,166667	5
91	6	6	6	4	22	6	6	6	6	5,5
92	4	4	4	4	16	4,75	5	5	2,833333	4
93	5	5	6	5	21	5	5	5	5	5,25
94	4	4	4	4	16	4,75	4,333333	5	3,333333	4
95	6	6	6	3	21	6	5,166667	6	3,666667	5,25
96	3	4	4	4	15	4	5,833333	4,75	2,333333	3,75
97	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6
98	4	5	4	4	17	6	6	6	4,666667	4,25
99	4	5	4	3	16	5	4,166667	5	3,166667	4
100	4	5	5	3	17	5,75	4,833333	5,25	3	4,25
101	5	5	5	5	20	5,5	5,666667	6	1	5
102	5	4	4	5	18	4,25	4	3,75	4,166667	4,5
103	5	5	5	5	20	5,75	5,5	5,5	3,666667	5
104	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6
105	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5
106	5	5	5	5	20	5,75	5,833333	6	5,333333	5
107	3	4	5	5	17	5,5	5,166667	6	4,333333	4,25
108	5	5	5	4	19	5	3,833333	4,75	3,333333	4,75
109	6	6	5	5	22	6	5,166667	6	6	5,5
110	6	5	5	5	21	5,75	6	6	6	5,25
111	5	5	5	6	21	5	5	6	4,166667	5,25
112	6	6	6	6	24	5	3,833333	5,5	5,166667	6
113	3	6	6	3	18	6	5,666667	6	6	4,5
114	4	4	4	4	16	4,75	3,666667	4	2,166667	4
115	4	4	3	2	13	4,75	4,333333	4,25	3,666667	3,25
116	4	4	4	4	16	4,75	4,333333	5	4,5	4
117	3	3	3	3	12	3	3,333333	3,25	3,5	3
118	5	5	4	2	16	5	4	4,25	5	4
119	4	4	4	4	16	5	4,833333	4,75	4,833333	4
120	4	4	5	5	18	3,5	4,333333	4,5	4,5	4,5

Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Jumlah	Y	X1	X2	X3	X4
121	1	1	6	1	9	6	6	6	3,5	2,25
122	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4
123	5	5	5	5	20	5,5	5	6	4,833333	5
124	6	6	6	6	24	5,5	3,833333	3,5	5,5	6
125	5	5	5	5	20	4,5	4,166667	4	2,666667	5
126	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5
127	1	1	1	1	4	1	1	2,25	1,166667	1
128	4	5	4	4	17	4,5	4,333333	4,75	3,666667	4,25
129	5	6	5	5	21	5	4,5	4,75	4,666667	5,25
130	3	3	3	3	12	3,5	3,833333	3,75	2	3
131	5	5	5	5	20	5	5	5,25	3,666667	5
132	5	5	4	6	20	4,25	4	4,25	5	5
133	5	5	5	5	20	5,5	5	5,5	4,833333	5
134	5	3	4	4	16	4,25	3,666667	4,75	4,333333	4
135	4	4	5	4	17	5	4,166667	4,75	3,5	4,25
136	4	4	5	4	17	5	4,166667	4,75	3,5	4,25
137	5	5	5	5	20	5,25	4,333333	5	3,833333	5
138	6	6	6	4	22	6	6	6	5,166667	5,5
139	4	5	5	4	18	6	5,333333	5,25	4,166667	4,5
140	5	5	6	5	21	5,5	5,833333	6	4,5	5,25
141	5	4	5	3	17	4,25	4	4	4	4,25
142	6	6	6	6	24	5,25	6	6	6	6
143	6	6	6	6	24	5,25	6	6	6	6
144	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6
145	4	2	2	2	10	5,75	3,333333	4,5	5,166667	2,5
146	4	5	4	4	17	3,5	2,833333	5,25	4,333333	4,25
147	4	6	3	4	17	4,75	4	5,25	3,5	4,25
148	3	3	4	4	14	4	3,666667	3,25	3	3,5
149	5	5	5	5	20	5	6	4,25	5	5
150	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6
151	6	5	6	5	22	4,5	4,333333	5,25	4,5	5,5
152	5	5	4	4	18	5	5	5	5,166667	4,5
153	5	5	5	6	21	5,75	5,166667	5,25	4,5	5,25
154	5	5	5	4	19	5	4,166667	4,25	4,666667	4,75
155	4	4	4	4	16	4	3,833333	3,25	3,333333	4
156	4	4	5	5	18	4,75	3,833333	4,5	3,166667	4,5
157	3	3	4	4	14	3	3,833333	3,75	2,333333	3,5
158	5	5	6	3	19	5,75	4,833333	4,25	4,333333	4,75
159	6	4	5	6	21	4,5	4,666667	4	4,666667	5,25
160	5	5	5	4	19	5,75	4,666667	5,75	2,666667	4,75

Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Jumlah	Y	X1	X2	X3	X4
161	5	5	4	4	18	4,5	4,166667	4,5	5,166667	4,5
162	5	5	5	5	20	5	4,333333	5	5	5
163	3	4	3	3	13	3,25	3	3	3,166667	3,25
164	5	5	5	4	19	5	4,5	5	3,166667	4,75
165	4	3	5	6	18	4,5	2,833333	4,5	3,833333	4,5
166	5	5	5	5	20	5,5	5,166667	5	3,833333	5
167	5	4	4	4	17	3	3,666667	3,5	4,333333	4,25
168	4	4	3	2	13	3,75	3,166667	3,25	3	3,25
169	4	5	5	5	19	5,5	4,666667	6	3,166667	4,75
170	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5
171	6	6	5	6	23	6	5	6	5,166667	5,75
172	4	4	5	4	17	5	4,166667	4,75	3,5	4,25
173	5	5	5	5	20	5,25	4,333333	5	3,833333	5
174	6	6	6	4	22	6	6	6	5,166667	5,5
175	4	5	5	4	18	6	5,333333	5,25	4,166667	4,5
176	5	5	6	5	21	5,5	5,833333	6	4,5	5,25
177	5	4	5	3	17	4,25	4	4	4	4,25
178	6	6	6	6	24	5,25	6	6	6	6
179	6	6	6	6	24	5,25	6	6	6	6
180	6	6	6	6	24	6	6	6	3,666667	6
181	4	2	2	2	10	5,75	3,333333	4,5	5,166667	2,5
182	4	5	4	4	17	3,5	2,833333	5,25	4,333333	4,25
183	4	6	3	4	17	4,75	4	5,25	3,5	4,25
184	3	3	4	4	14	4	3,666667	3,25	3	3,5
185	5	5	5	5	20	3,75	6	4,25	5	5
186	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6
187	6	5	6	5	22	4,5	4,333333	5,25	4,5	5,5
188	5	5	4	4	18	5	5	5	5,166667	4,5
189	5	5	5	6	21	5,75	5,166667	5,25	4,5	5,25
190	5	5	5	4	19	5	4,166667	4,25	4,666667	4,75
191	4	4	4	4	16	4	3,833333	3,25	3,333333	4
192	4	4	5	5	18	4,75	3,833333	4,5	3,166667	4,5
193	3	3	4	4	14	3	3,833333	3,75	2,333333	3,5
194	5	5	6	3	19	5,75	4,833333	4,25	4,333333	4,75
195	6	4	5	6	21	4,5	4,666667	4	4,666667	5,25
196	5	5	5	4	19	5,75	4,666667	5,75	2,666667	4,75
197	5	5	4	4	18	4,5	4,166667	4,5	5,166667	4,5
198	5	5	5	5	20	5	4,333333	5	5	5
199	3	4	3	3	13	3,25	3	3	3,166667	3,25
200	5	5	5	4	19	5	4,5	5	3,166667	4,75
201	4	3	5	6	18	4,5	2,833333	4,5	3,833333	4,5
202	3	4	3	3	13	3,25	3	3	3,166667	3,25
203	5	5	5	4	19	5	4,5	5	3,166667	4,75
204	4	3	5	6	18	4,5	2,833333	4,5	3,833333	4,5

Lampiran 3

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Correlation

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Total
Y1	Pearson Correlation	1	,757**	,636**	,523**	,887**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	204	204	204	204	204
Y2	Pearson Correlation	,757**	1	,558**	,500**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	204	204	204	204	204
Y3	Pearson Correlation	,636**	,558**	1	,515**	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	204	204	204	204	204
Y4	Pearson Correlation	,523**	,500**	,515**	1	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	204	204	204	204	204
Total	Pearson Correlation	,887**	,860**	,799**	,765**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	204	204	204	204	204

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	204	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	204	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	4

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
X1.1	Pearson Correlation	1	,737**	,674**	,518**	,523**	,573**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	204	204	204	204	204	204
X1.2	Pearson Correlation	,737**	1	,718**	,656**	,540**	,537**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	204	204	204	204	204	204
X1.3	Pearson Correlation	,674**	,718**	1	,755**	,621**	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	204	204	204	204	204	204
X1.4	Pearson Correlation	,518**	,656**	,755**	1	,760**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	204	204	204	204	204	204
X1.5	Pearson Correlation	,523**	,540**	,621**	,760**	1	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	204	204	204	204	204	204
X1.6	Pearson Correlation	,573**	,537**	,611**	,646**	,812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	204	204	204	204	204	204
Total	Pearson Correlation	,796**	,826**	,873**	,862**	,847**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	204	204	204	204	204	204

Correlations

		Total
X1.1	Pearson Correlation	,796
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
X1.2	Pearson Correlation	,826**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
X1.3	Pearson Correlation	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
X1.4	Pearson Correlation	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
X1.5	Pearson Correlation	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
X1.6	Pearson Correlation	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
Total	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	204

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	204	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	204	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,916	6

Correlations

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
Pearson Correlation	1	,709**	,711**	,667**	,855**
X2.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	204	204	204	204	204
Pearson Correlation	,709**	1	,761**	,768**	,903**
X2.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	204	204	204	204	204
Pearson Correlation	,711**	,761**	1	,838**	,921**
X2.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
N	204	204	204	204	204
Pearson Correlation	,667**	,768**	,838**	1	,914**
X2.4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
N	204	204	204	204	204
Pearson Correlation	,855**	,903**	,921**	,914**	1
Total Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	204	204	204	204	204

Reliability

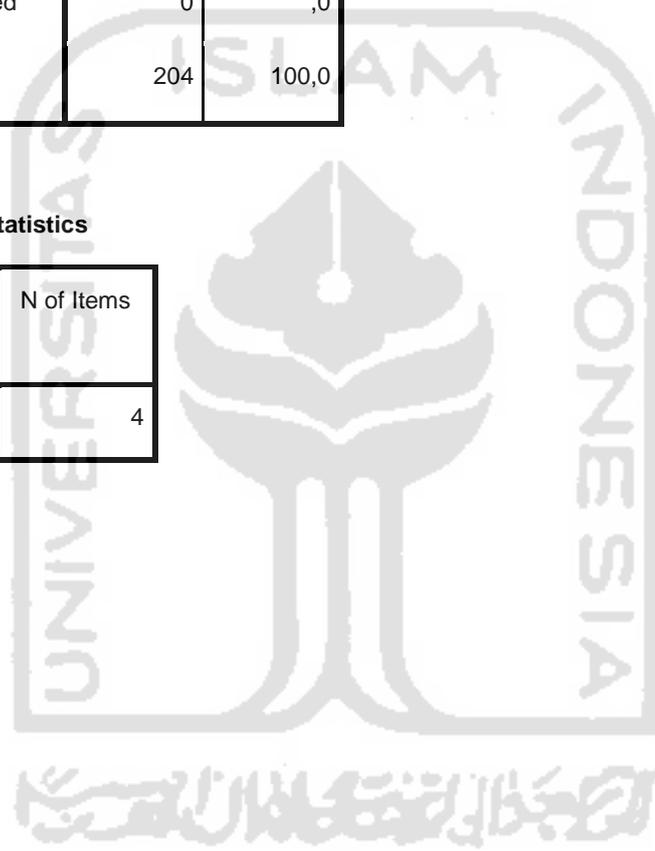
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	204	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	204	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,920	4



Correlations

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
X3.1	Pearson Correlation	1	,707**	,674**	,496**	,692**	,438**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	204	204	204	204	204	204
X3.2	Pearson Correlation	,707**	1	,518**	,483**	,648**	,460**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	204	204	204	204	204	204
X3.3	Pearson Correlation	,674**	,518**	1	,665**	,747**	,360**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	204	204	204	204	204	204
X3.4	Pearson Correlation	,496**	,483**	,665**	1	,586**	,365**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	204	204	204	204	204	204
X3.5	Pearson Correlation	,692**	,648**	,747**	,586**	1	,482**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	204	204	204	204	204	204
X3.6	Pearson Correlation	,438**	,460**	,360**	,365**	,482**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	204	204	204	204	204	204
Total	Pearson Correlation	,846**	,801**	,840**	,762**	,873**	,634**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	204	204	204	204	204	204

Correlations

		Total
X3.1	Pearson Correlation	,846
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
X3.2	Pearson Correlation	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
X3.3	Pearson Correlation	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
X3.4	Pearson Correlation	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
X3.5	Pearson Correlation	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
X3.6	Pearson Correlation	,634**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	204
Total	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	204

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	204	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	204	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,883	6

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	204	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	204	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,867	4

Lampiran 4
Hasil Analisis Regresi

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X3, X2, X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,798 ^a	,636	,629	,55052

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105,471	4	26,368	87,002	,000 ^b
	Residual	60,311	199	,303		

Total	165,782	203		
-------	---------	-----	--	--

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	
1	(Constant)	,618	,238		2,591	,010	
	X1	,271	,067	,278	4,011	,000	,380
	X2	,398	,068	,378	5,841	,000	,436
	X3	,105	,044	,127	2,363	,019	,630
	X4	,144	,064	,144	2,230	,027	,437

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	VIF	
1	(Constant)	
	X1	2,631
	X2	2,295
	X3	1,586

X4	2,289
----	-------

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	4,923	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,035	11,863	,13	,01	,03	,82
	3	,020	15,529	,75	,17	,03	,10
	4	,012	19,964	,00	,19	,10	,07
	5	,009	23,697	,12	,63	,84	,01

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Variance Proportions
		X4
1	1	,00
	2	,00
	3	,06
	4	,94
	5	,00

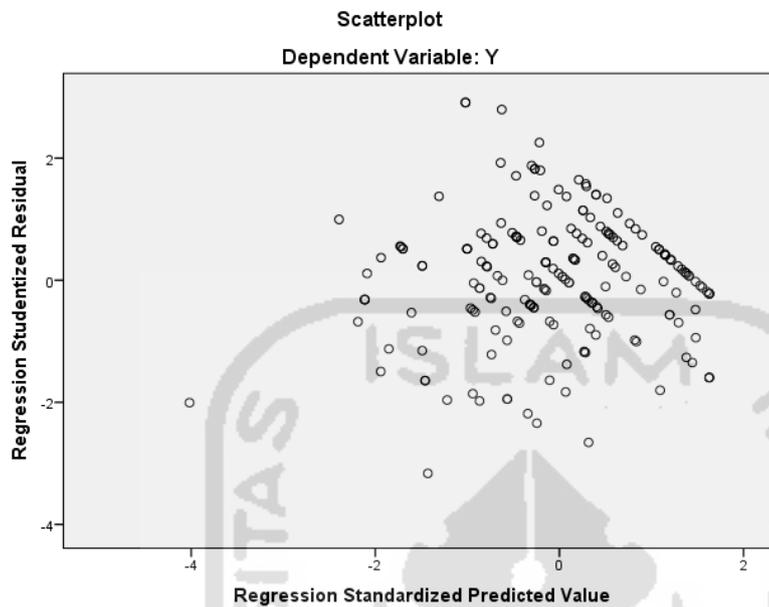
a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,0494	6,1194	4,9461	,72081	204
Std. Predicted Value	-4,019	1,628	,000	1,000	204
Standard Error of Predicted Value	,039	,213	,081	,029	204
Adjusted Predicted Value	2,1626	6,1378	4,9449	,71958	204
Residual	-1,66596	1,53952	,00000	,54507	204
Std. Residual	-3,026	2,796	,000	,990	204
Stud. Residual	-3,165	2,911	,001	1,010	204
Deleted Residual	-1,82183	1,66799	,00113	,56773	204
Stud. Deleted Residual	-3,239	2,967	,001	1,017	204
Mahal. Distance	,044	29,503	3,980	4,153	204
Cook's Distance	,000	,187	,009	,023	204
Centered Leverage Value	,000	,145	,020	,020	204

a. Dependent Variable: Y

Charts



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		204
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	,54506640
	Absolute	,069
Most Extreme Differences	Positive	,057
	Negative	-,069
Kolmogorov-Smirnov Z		,986
Asymp. Sig. (2-tailed)		,285

a. Test distribution is Normal.

