

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING
PADA PENGRAJIN KAIN FLANEL**



SKRIPSI

Oleh:

Nama : Gianita Win Nurainina

Nomor Mahasiswa : 15312162

Jurusan : Akuntansi

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING
PADA PENGRAJIN KAIN FLANEL**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
Mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada
Fakultas Bisnis dan Ekonomi UII

Oleh:

Nama : Gianita Win Nurainina

Nomor Mahasiswa : 15312162

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 24 November 2020

Penulis,

A yellow postage stamp (Meterai Tempel) with a value of 6000 Rupiah. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "METERAI TEMPEL", "BB-196AFF633849190", "6000", and "ENAM RIBU RUPIAH". A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

(Gianita Win Nurainina)

HALAMAN PENGESAHAN
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING
PADA PENGRAJIN KAIN FLANEL

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Gianita Win Nurainina

Nomor Mahasiswa : 15312162

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 23/11/2020

Dosen Pembimbing,



(Syamsul Hadi, Drs., MS., Ak)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN MOBILE
BANKING PADA PENGRAJIN KAIN FLANEL**

Disusun Oleh : **GIANITA WIN NURAININA**

Nomor Mahasiswa : **15312162**

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

Pada hari, tanggal: **Jumat, 08 Januari 2021**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Syamsul Hadi, Drs., M.S., Ak.

Penguji : Sigit Handoyo, S.E., M.Bus.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Triyanto Family yaitu:

Bapak Triyanto Winarno

Ibuk Maya Andriawati

Dan

Kedua kakakku.

Anindita Win Andriani

Reiza Win Dwiwidyani

yang selalu mendoakan, mendukung, memberi kasih sayang, dan selalu ada buat penulis sejak penulis dilahirkan.

Semoga sehat selalu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalammualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Shalawat serta salam selalu tecurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang-benderang dan penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini. Berkat rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking pada Pengrajin Kain Flanel” disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata-1 pada program studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah melibatkan banyak pihak yang banyak membantu dalam berbagai hal. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, kesehatan, petunjuk, serta kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu mendorong dan membimbing penulis sejak masih kecil dalam segala hal. Terima kasih banyak atas kasih sayang, dukungan, dan doa yang selalu diberikan sehingga penulis kuat dan mampu menyusun skripsi ini.

3. Kakak-kakak penulis yaitu Mba Anin dan Yeye (Reiza) yang telah mendukung dan mendoakan kelancaran penyusunan skripsi.
4. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Dr. Mahmudi, SE., M.Si., Ak. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Syamsul Hadi, Drs., MS., Ak selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu dengan sabar, selalu memberikan waktu dan bantuan pada saat mengalami kesulitan. Terima kasih banyak atas bimbingan dan ilmu yang telah bapak berikan selama penyusunan skripsi ini. Semoga bapak sehat selalu.
8. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, memberikan pengalaman, serta membantu aktivitas-aktivitas penulis selama di kampus.
9. Ledy Anas Puspita, teman sebangku, teman keliling Jogja, sekaligus teman nge-TJ (Trans Jogja) sejak SMA dengan tujuan kita yang selalu sama yaitu halte portable Kehutanan. Terima kasih atas bantuan dan kebaikannya selama menjadi teman penulis, yang selalu memberikan saran dan dukungan kepada penulis, juga teruntuk teman-teman SMA ter-Luv Dhiramatri Anindina Putri, Ghina Alfisyah, dan Intan Putri

Ristyningrum yang selalu ada pada saat penulis membutuhkan. Sukses terus ya kalian.

10. Teman-teman rumah yaitu Inochi, Pak Jackson, Momos, Sosos, Syput, Utok, dan Keluarga Pak Imink. Terima kasih selalu menjadi teman bermain penulis. Sehat terus ya teman-teman.
11. Teman-teman selama penulis menjalankan studi di perkuliahan Dijah, Ayu, Desy, dan Okke. Terima kasih atas dukungan, motivasi, pengalaman, dan ilmu yang telah diberikan. Sukses terus ya teman-teman.
12. Teman-teman *Felt Crafter* yang telah membantu proses pembuatan penelitian ini. Terima kasih atas pengalaman dan inspirasi-insprasi yang diberikan. Sukses terus ya teman-teman.
13. Teman-teman *Entrepreneur Community*. Terima kasih atas pengalaman, motivasi, dan keseruan yang telah diberikan. Sukses juga untuk kalian.
14. Teman-teman Akuntansi 2015, terima kasih telah saling berbagi ilmu dan pengalaman. Semoga ilmu yang kita dapatkan berguna untuk masa depan.

Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat untuk para pembaca. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, berkah, dan Hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 2 November 2020

Penulis,

(Gianita Win Nurainina)



DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| Halaman Sampul | i |
| Halaman Judul | ii |
| Pernyataan Bebas Plagiarisme..... | iii |
| Halaman Pengesahan..... | iv |
| Berita Acara Tugas Akhir Skripsi | Error! Bookmark not defined. |
| Kata Pengantar..... | vii |
| Daftar Isi..... | xi |
| Daftar Tabel..... | xiv |
| Daftar Gambar | xv |
| Daftar Lampiran | xvi |
| Abstract..... | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Pengertian Mobile Banking | 8 |

| | | |
|---|---|----|
| 2.2 | Landasan Teori | 9 |
| 2.3 | Minat Perilaku untuk Menggunakan (Behavioral Intention to Use)..... | 11 |
| 2.4 | Penelitian Terdahulu | 12 |
| 2.5 | Perumusan Hipotesis..... | 15 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 22 |
| 3.1 | Populasi dan Sampel | 22 |
| 3.2 | Teknik Penyebaran Kuesioner | 22 |
| 3.3 | Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian | 23 |
| 3.4 | Metode Analisis | 27 |
| 3.5 | Teknik Pengujian Data dan Hipotesis..... | 27 |
| 3.6 | Analisis Statistik Deskriptif | 28 |
| 3.7 | Uji Asumsi Klasik..... | 28 |
| 3.8 | Uji Model..... | 30 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | | 32 |
| 4.1 | Hasil Pengumpulan Data | 32 |
| 4.2 | Deskripsi Responden | 33 |
| 4.3 | Uji Validitas dan Uji Reabilitas | 35 |
| 4.4 | Analisis Statistik Deskriptif | 37 |
| 4.5 | Uji Asumsi Klasik..... | 39 |
| 4.6 | Pengujian Hipotesis | 42 |

| | |
|---------------------|----|
| BAB V PENUTUP..... | 54 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 54 |
| 5.2 Saran..... | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 56 |
| LAMPIRAN..... | 60 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|---------------|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 12 |
| Tabel 3.1 Kriteria <i>Probability Value</i> | 31 |
| Tabel 4.1 Data Kuesioner | 32 |
| Tabel 4.2 Data Responden berdasarkan Usia | 33 |
| Tabel 4.3 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin..... | 33 |
| Tabel 4.4 Lokasi Usaha | 34 |
| Tabel 4.5 Data Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 35 |
| Tabel 4.6 Rangkuman Hasil Uji Validitas..... | 35 |
| Tabel 4.7 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas | 37 |
| Tabel 4.8 Rangkuman Hasil Analisis Deskriptif..... | 37 |
| Tabel 4.9 Rangkuman Hasil Uji Multikolinearitas..... | 39 |
| Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Uji Heteroskedastisitas | 40 |
| Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji Normalitas | 40 |
| Tabel 4.12 Uji Linearitas Persepsi Manfaat atas Minat Penggunaan | Error! |
| Bookmark not defined. | |
| Tabel 4.13 Uji Linearitas Sikap terhadap Perilaku atas Minat Penggunaan | Error! |
| Bookmark not defined. | |
| Tabel 4.14 Uji Linearitas Kontrol Perilaku atas Minat Penggunaan..... | Error! |
| Bookmark not defined. | |
| Tabel 4.15 Uji Linearitas Pengaruh Sosial atas Minat Penggunaan..... | Error! |
| Bookmark not defined. | |

Tabel 4.16 Uji Linearitas Keinovatifan Teknologi atas Minat Penggunaan .**Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.17 Rangkuman hasil Uji Linearitas41

Tabel 4.18 Hasil uji regresi42



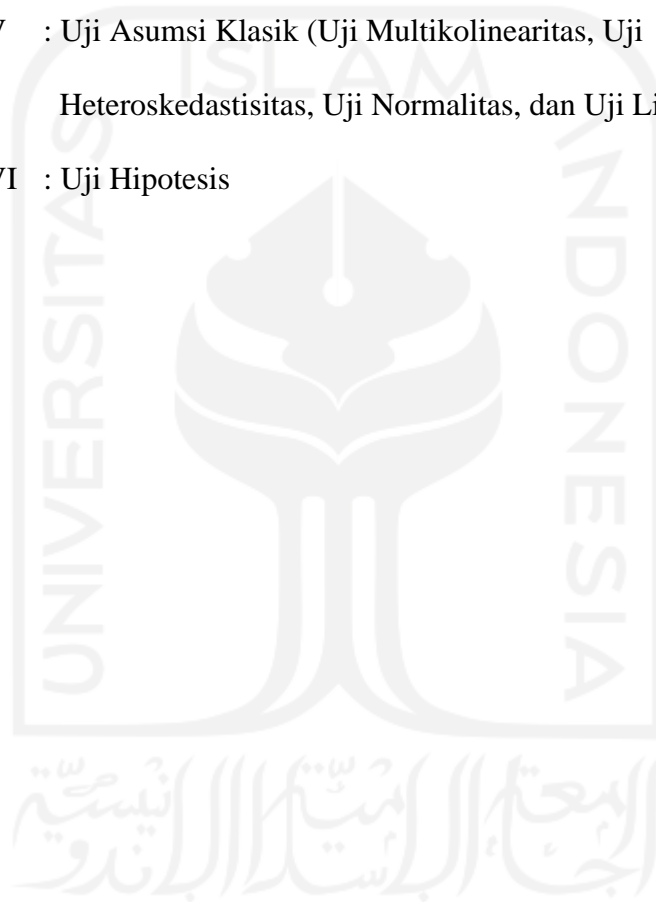
DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian..... | 21 |
|-------------------------------------|----|



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Kuesioner Penelitian
- Lampiran II : Tabulasi Data
- Lampiran III : Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)
- Lampiran IV : Analisis Deskriptif
- Lampiran V : Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas, dan Uji Linearitas)
- Lampiran VI : Uji Hipotesis



Abstract

This reasearch aims to identify the effect of perceived benefits, attitudes toward behavior, behavior control, social influence, and technological innovativeness on the behavioural intention of using mobile banking. The object of this research is the felt crafter who are scattered in several regions in Indonesia. This reasearch used accidental random sampling method and distributed 101 questionnaires. There are 87 questionnaires that can be analyzed. The tools used in research were Microsoft Excel and IBM SPSS Statistics 21. The results of this research shows that the perceived benefit variable has a strong positive effect on the interest in using mobile banking, the attitude variable towards behavior has a significantly weak positive effect on the interest in using mobile banking, the behavioral control variable positive and moderate significant effect on the interest in using mobile banking, the social influence variable has weak significant effect on the interest in using mobile banking, and the variable technology innovativeness has a significant positive effect on the interest in using mobile banking.

Keyword: perceived usefulness, attitudes toward behavior, behavior control, social influence, technological innovativeness, interest in use

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh persepsi manfaat, sikap terhadap perilaku, kontrol perilaku, pengaruh sosial, dan keinovatifan teknologi terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada pengrajin kain flanel. Objek pebelitian ini yaitu pengrajin kain flanel yang tersebar di beberapa wilayah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode *accidental random sampling* dan mendistribusikan sebanyak 101 kuesioner. Kuesioner yang dapat dianalisis sebanyak 87 kuesioner. Alat yang digunakan untuk meneliti adalah Microsoft Excel dan IBM SPSS Statistics 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan kuat terhadap minat penggunaan *mobile banking*, variabel sikap terhadap perilaku berpengaruh positif signifikan lemah terhadap minat penggunaan *mobile banking*, variabel kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan moderat terhadap minat penggunaan *mobile banking*, variabel pengaruh sosial berpengaruh signifikan lemah terhadap minat penggunaan *mobile banking*, variabel keinovatifan teknologi berpengaruh positif signifikan moderat terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Kata kunci: persepsi manfaat, sikap terhadap perilaku, kontrol perilaku, pengaruh sosial, keinovatifan teknologi, minat penggunaan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mobile Banking adalah transaksi perbankan melalui *Handphone* baik dalam bentuk aplikasi *Mobile Banking* atau aplikasi bawaan operator seluler (sikapuangmu.ojk.go.id). Teknologi yang berkembang pesat, telah mempengaruhi sektor perbankan. Semakin inovatif suatu bank, maka akan semakin produktif dan efisien perusahaan dalam penggunaan sumber daya. Agar dapat memberikan keunggulan, bank menggunakan teknologi untuk memanfaatkan semaksimal mungkin sumber daya yang dimiliki. Salah satu tujuan Bank yaitu mempermudah dalam peningkatan pelayanan, karena *Mobile Banking* dapat menembus batasan-batasan waktu dan ruang, serta memberikan kemudahan kepada nasabah antara lain fleksibilitas dan keefektifan. Dengan adanya layanan *Mobile Banking*, nasabah tidak perlu datang langsung untuk melakukan transaksi yang dibutuhkan.

Pengrajin Kain Flanel yaitu seseorang yang membuat kerajinan yang terbuat dari kain flanel. Dalam penelitian ini, pengrajin melakukannya dalam rangka bisnis untuk mendapatkan penghasilan. Kain flanel adalah salah satu jenis kain yang dimanfaatkan untuk membuat kerajinan tangan karena bahan dari kain flanel sendiri tebal namun mudah untuk dibentuk menjadi berbagai macam kerajinan. Berwirausaha seperti pengrajin kerajinan dari kain flanel sangat diperlukan karena masyarakat Indonesia sedang dihadapkan dengan MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN), dan para pengrajin telah membangun

kemandirian diri serta tidak bergantung dengan perusahaan besar, sehingga dapat memajukan UMKM di Indonesia (Wahidah et al, 2019).

Menurut survei yang dilakukan oleh Jasa konsultan Pricewaterhouse Coopers Indonesia, pada tahun 2018 transaksi digital nasabah bank naik dari sebelumnya 10% kini menjadi 35% (Rachman, 2018). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Sudaryanti et al. (2018) dari 43 bank yang tercatat di BEI, terdapat 18 bank yang telah mengadakan aplikasi *Mobile Banking* sebagai layanan keuangan digital yang dapat digunakan oleh seluruh nasabah. Aplikasi tersebut dapat diunduh dengan menggunakan *smartphone* melalui *App Store* atau *Google Play*.

Mobile Banking dapat dimanfaatkan oleh pengrajin kain flanel untuk dapat memastikan para pelanggannya telah mentransfer jika telah melakukan pemesanan kerajinan, sehingga para pengrajin kain flanel tidak perlu datang ke Bank atau ATM untuk melakukan pengecekan saldo rekening, karena dengan adanya layanan *Mobile Banking* akan memberikan notifikasi atau pemberitahuannya melalui ponsel. Para pengrajin kain flanel juga dapat melakukan transaksi dengan para pemasok dengan melakukan transfer melalui ponsel.

Minat Penggunaan *Mobile Banking* dipengaruhi oleh beberapa variabel. Dalam penelitian ini, Minat Penggunaan *Mobile Banking* dipengaruhi oleh Persepsi Manfaat, Sikap terhadap Perilaku, Kontrol Perilaku, Pengaruh Sosial, dan Keinovatifan Teknologi. Persepsi Manfaat adalah salah satu faktor yang mempengaruhi dalam penelitian ini. Manfaat-manfaat yang dimiliki *Mobile Banking* dapat mempengaruhi minat penggunaan *Mobile Banking*. Manfaat dari layanan tersebut antara lain dapat mengecek saldo rekening, mentransfer sejumlah

uang ke rekening lain, melakukan pembayaran tagihan listrik atau pembelian pulsa. Setiap nasabah dapat dengan mudah memiliki fasilitas ini agar dapat bertransaksi kapan pun dan di mana pun. Setiap perbankan berusaha untuk selalu memberikan kepuasan pada nasabahnya. Nasabah percaya bahwa penggunaan sistem *Mobile Banking* akan meningkatkan kinerjanya. Semakin tinggi manfaat yang dimiliki, semakin tinggi minat penggunaannya.

Selanjutnya, hal yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *Mobile Banking* yaitu Sikap terhadap Perilaku. Sikap terhadap Perilaku adalah pertimbangan seseorang dalam menentukan menyukai atau tidak menyukai suatu produk dan dapat digunakan untuk memprediksi niat seseorang. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh kepercayaan atas objek tersebut, sehingga sikap yang dimiliki nasabah dapat menentukan suatu perilaku dan mendorong seseorang untuk berperilaku konsisten terhadap penggunaan *Mobile Banking*.

Faktor Kontrol Perilaku juga dapat mempengaruhi minat penggunaan *Mobile Banking*. Kontrol perilaku merupakan persepsi kesulitan atau kemudahan yang dirasakan nasabah terhadap penggunaan *Mobile Banking*. Kontrol perilaku dipersepsikan mengacu terhadap keyakinan tersedia atau tidaknya sumber dan kesempatan yang diperlukan untuk bisa mewujudkan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Nasabah yang memiliki keyakinan merasa mampu dan memiliki pengetahuan yang memadai untuk mengoperasikan aplikasi *Mobile Banking*, maka semakin tinggi minat penggunaan *Mobile Banking*.

Minat penggunaan *Mobile Banking* dapat dipengaruhi oleh faktor Pengaruh Sosial. Dalam penelitian ini meneliti nasabah yang dipengaruhi oleh orang lain

dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*. Nasabah yang memiliki minat dalam menggunakan *Mobile Banking* dapat dipengaruhi oleh orang-orang sekitarnya seperti keluarga, teman, atau lingkungan sekitar, serta nasabah dapat yakin bahwa lingkungannya mendukung hal yang dilakukannya. Seseorang akan yakin dan menganggap ada dukungan dari orang sekitar untuk terlibat dalam menggunakan suatu sistem.

Faktor terakhir dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *Mobile Banking* yaitu Keinovatifan Teknologi. Nasabah yang selalu memperbarui sistem layanan *Mobile Banking* merasa bahwa terdapat fitur baru yang dapat meningkatkan kualitas kerjanya. Penerapan keinovatifan teknologi memberikan kemudahan terhadap nasabah sehingga dapat mempengaruhi minat penggunaan *Mobile Banking* yang ditawarkan oleh pihak bank. Inovasi memiliki peran penting bagi pihak bank, semakin inovatif suatu perusahaan maka semakin produktif perusahaan dalam meningkatkan segala aspek sumber daya salah satunya dalam bidang pelayanan terhadap nasabah, sehingga dapat meningkatkan minat penggunaan.

Penelitian sebelumnya mengenai variabel dependen Minat Penggunaan *Mobile Banking* sebelumnya telah diteliti oleh Sulistiyarini (2012), Arthana R dan Rukhviyanti (2015), Marwanto (2018), Adzima dan Ariyanti (2018), dan Wibiadila (2016). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Persepsi Manfaat yang diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Wibiadila (2016); Sikap terhadap Perilaku diadopsi dari penelitian Marwanto (2018); Kontrol Perilaku diadopsi dari penelitian Hidayati (2013); Pengaruh Sosial diadopsi dari

penelitian Adzima dan Ariyanti (2018), dan Keinovatifan Teknologi diadopsi dari penelitian Diksani et al. (2014). Kuesioner yang dibuat telah disesuaikan dengan topik penelitian untuk diberikan kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan dengan bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami. Penelitian ini menggunakan responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pengrajin kain flanel. Pengrajin-pengrajin tersebut tersebar di beberapa kota di Indonesia.

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka diputuskan untuk membahas permasalahan tersebut dengan judul penelitian **“Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking pada Pengrajin Kain Flanel”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang diajukan yaitu apakah Persepsi Manfaat, Sikap terhadap Perilaku, Kontrol Perilaku, Pengaruh Sosial, dan Keinovatifan Teknologi dapat berpengaruh terhadap Minat Penggunaan pada pengrajin kain flanel dalam penggunaan mobile banking?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, sikap terhadap perilaku, kontrol perilaku, pengaruh sosial, dan keinovatifan teknologi terhadap Minat Penggunaan pada pengrajin kain flanel dalam penggunaan mobile banking.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk penelitian lebih lanjut dan dikembangkan sebagai ilmu mengenai minat penggunaan *mobile banking* sebagai referensi penelitian selanjutnya.

Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan laporan penelitian

BAB II Kajian Pustaka

Bab ini berisi penjelasan teori-teori yang melandasi skripsi ini. Kajian Pustaka terbagi menjadi lima bagian yaitu landasan teori, pengertian variabel, penelitian terdahulu, perumusan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini berisi penjelasan mengenai penentuan populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan sampel, variabel penelitian, metode analisis, teknik pengujian data, dan hipotesis yang digunakan.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini berisi penjelasan mengenai objek penelitian, analisis statistik deskriptif, hasil penelitian, uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan dan berisi saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Mobile Banking

Menurut Maulana et al., (2019) *Mobile banking* yaitu fasilitas layanan yang dapat memberikan kemudahan dalam mengakses dengan kecepatan memperoleh informasi yang diinginkan, terkini, dan transaksi finansial secara *real time*. Wibiadila (2016) menjelaskan bahwa *Mobile banking* yang dibuat oleh pihak bank berfungsi untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang langsung ke bank atau ATM, kecuali nasabah melakukan penarikan uang *cash*. Menurut Hadi dan Novi (2015) jika nasabah ingin melakukan transaksi-transaksi yang ada dalam *Mobile Banking* tidak akan dapat berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki *gadget* dapat memanfaatkan fasilitas *Mobile Banking* yang ditawarkan oleh Bank, untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja.

Kelemahan yang dimiliki oleh *Mobile Banking* adalah ketergantungan jaringan ponsel seluler operator. Jika terjadi *blankspot* atau ketidaktersediaan jaringan, maka layanan *Mobile Banking* tidak bisa digunakan. Hal ini menjadi tanggung jawab penyedia operator seluler dan inter provider yang nasabah gunakan pada ponsel masing-masing untuk menggunakan *Mobile Banking* (Hadi dan Novi, 2015). Selain itu, terdapat risiko yaitu misalnya terjadi pembobolan pada *Mobile Banking* tanpa diketahui oleh nasabah, sehingga saldo yang dimiliki telah terkuras. Maka dari itu, diperlukan antisipasi serta pengawasan yang ketat oleh pihak bank pada sistem ini untuk mencegah terjadinya penyusupan.

Sangat penting bagi pengguna *Mobile Banking* untuk mendapatkan informasi keuangan terutama bagi mereka yang melakukan bisnis. Kelebihan yang dimiliki oleh *Mobile Banking* yaitu nasabah bank dapat menikmati fasilitas *Mobile Banking* setiap harinya untuk melakukan transaksi dalam berbagai macam kepentingan. Transaksi finansial seperti transfer dana antar rekening atau antar bank, membayar tagihan listrik dan telepon, membeli pulsa, ataupun membayar kartu kredit. Transaksi non-finansial yang dilakukan oleh nasabah seperti memeriksa informasi saldo, mutasi rekening, dan mengganti pin. *Mobile Banking* biasa diakses dari ponsel/telephone dengan *Mobile Banking*, dan komputer dengan Internet Banking (Sudaryanti et al., 2018).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) atau yang sering disebut dengan Model Penerimaan Teknologi, telah diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1986 yang merupakan adaptasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) (Sulistiyarini, 2012). Tujuan utama dibuatnya TAM menurut Davis (1985), yaitu untuk memberikan dasar penelusuran pengaruh eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. Davis (1985) menambahkan bahwa TAM memiliki 2 keyakinan individual, yaitu Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Easy of Use). Hal ini menunjukkan bahwa dua keyakinan tersebut merupakan pengaruh utama untuk perilaku penerimaan teknologi (Rahayu et al., 2017).

TAM digunakan sebagai landasan dasar penetapan model yang digunakan untuk menguji kesiapan pebisnis dalam penerapan *e-business*. Menurut Davis (1993), TAM menggambarkan hubungan sebab dan akibat antara keyakinan dan perilaku, serta tujuan dan penggunaan nyata dari teknologi informasi tersebut. Setiawan dan Sulistiowati (2018) menunjukkan bahwa teori ini dapat mengidentifikasi kesiapan suatu komunitas, dalam menerapkan teknologi berbasis komputer pada aktivitas kerjanya. Hal ini menunjukkan bahwa TAM merupakan teori yang baik untuk digunakan.

2.2.2 Theory of Planned Behaviour (TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB) atau yang sering disebut Teori Perilaku yang direncanakan, pertama kali dibuat oleh Ajzen pada tahun 1991. TPB yaitu perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), dan TPB sendiri digunakan untuk memprediksi perilaku terkini di kalangan masyarakat umum. Berdasarkan TPB, tindakan setiap individu dipengaruhi oleh *behavioral intention* (minat perilaku), lalu intensi tersebut dipengaruhi oleh Sikap terhadap Perilaku serta Norma Subjektif (Ajzen, 1991). Prasastyo (2015) menjelaskan bahwa, selain oleh Sikap terhadap Perilaku dan Norma Subjektif, Kontrol Perilaku juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang.

TPB memberikan konsep pemikiran teoritis yang bermanfaat untuk dapat memprediksi niat dalam berwirausaha, karena konsep tersebut ada kaitannya dengan keinginan yang ditimbulkan oleh setiap individu atau usaha mereka untuk melakukan sesuatu dengan cara tertentu (Wingdes, 2018). Menurut Ajzen (1991) TPB menjelaskan bahwa perilaku merupakan fungsi dari informasi atau keyakinan

yang menonjol mengenai perilaku tersebut. Seseorang dapat memiliki berbagai macam keyakinan terhadap suatu perilaku, namun ketika dihadapkan pada suatu kejadian tertentu, hanya sedikit dari keyakinan tersebut yang timbul untuk mempengaruhi perilaku. Dalam penelitian ini menggunakan teori dari TAM dan TPB yang dikembangkan dengan variabel Pengaruh Sosial dan Keinovatifan Teknologi terhadap minat penggunaan Mobile Banking khususnya untuk pengrajin kain flanel.

2.3 Minat Perilaku untuk Menggunakan (Behavioral Intention to Use)

Menurut Agarwal dan Karahanna (2000) minat perilaku (behavioral intention) adalah keinginan atau minat individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku, jika mempunyai keinginan atau minat (behavioral intention) untuk melakukannya. Shin (2010) menunjukkan bahwa *behavior intention to use* merupakan individu yang condong untuk berperilaku untuk menggunakan suatu teknologi. Minat merupakan prediktor yang merupakan representasi kognitif kesiapan setiap individu untuk melakukan perilaku tertentu. Menurut Vijayarathy (2004) minat yang dimiliki individu juga dapat mengindikasikan seorang individu dapat melakukan suatu perilaku di masa depan dan mengulanginya di kemudian hari. Minat perilaku penggunaan merupakan kecenderungan perilaku agar tetap dapat menggunakan suatu teknologi.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti dan Judul | Variabel | Hasil |
|----|--|---|---|
| 1. | Nama: Suci Sulistiyarini (2012) Judul: Pengaruh Minat Individu terhadap penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) | Dependen: Minat Menggunakan Mobile Banking Independen: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Mediasi: Sikap | 1. Persepsi Manfaat berpenaruh positif terhadap Sikap 2. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap, dan Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. 3. Persepsi Kontrol Perilaku tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking |
| 2. | Nama: Nurul Azmi Hidayati (2013) Judul: Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku Persiapan, Pengalaman, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking | Dependen: Minat Menggunakan Internet Banking Independen: Sikap, Persepsi Kontrol Perilaku, Pengalaman, dan Kepercayaan | 1. Sikap, Kontrol Perilaku Persiapan, dan Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Internet Banking, 2. Pengalaman tidak berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. |
| 3. | Nama: I Komang Ari Diksani, Ni Kadek Sinarwati, dan Nyoman Ari Surya Darmawan (2014) Judul: Pengaruh Keyakinan Diri atas Komputer, Keinovatifan personal, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi | Dependen: Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Independen: Keyakinan Diri atas Komputer, Keinovatifan personal, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan | 1. Keyakinan Diri atas Komputer, Keinovatifan personal, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi |
| 4. | Syamsul Hadi dan Novi (2015) Judul: Faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking | Dependen: Penggunaan Mobile Banking Independen: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Risiko, | 1. Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Mobile Banking 2. Kemampuan berpengaruh positif terhadap Mobile Banking |

| No | Nama Peneliti dan Judul | Variabel | Hasil |
|----|--|--|--|
| | | Kemampuan, dan Keamanan | 3. Keamanan berpengaruh positif terhadap Mobile Banking 4. Risiko berpengaruh negatif terhadap Mobile Banking |
| 5. | Nama: Walid Chaouali, Imene Ben Yahia, dan Nizar Souiden (2016) Judul: The Interplay of Counter-Conformity Motivation, Social Influence, and Trust in Customers' Intention to adopt Internet Banking Service: The Case of an Emerging Country | Dependen: Minat Menggunakan Internet Banking Independen: motivasi kontra-konformitas, Ekspektasi Kinerja, Pengaruh Sosial, dan Kepercayaan | 1. Kepercayaan, Motivasi Kontra-Konformitas, dan Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Internet Banking 2. Pengaruh sosial tidak berpengaruh secara langsung terhadap Minat Menggunakan Internet Banking |
| 6. | Nama: Ikbar Wibiadila (2016) Judul: Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking (Survei pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo) | Dependen: Minat Menggunakan Mobile Banking Independen: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, dan Kualitas Layanan | 1. Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Minat untuk menggunakan Layanan Mobile Banking. |
| 7. | Nama: Andi Marwonto (2018) Judul: Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan | Dependen: Minat Menggunakan Mobile Banking Independen: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku | 1. Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap, dan Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking 2. Norma Subjektif tidak berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking |
| 8. | Nama: Fauzan Adzima dan Maya Ariyanti (2018) Judul: Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking pada Nasabah Bank BRI Purwakarta | Dependen: Minat Menggunakan Mobile Banking Independen: Kepercayaan, Nilai yang Diramalkan, Persepsi Kemudahan | 1. Kepercayaan, Nilai yang Diramalkan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking 2. Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh |

| No | Nama Peneliti dan Judul | Variabel | Hasil |
|-----|--|--|---|
| | | Penggunaan, dan Pengaruh Sosial Mediasi: Nilai yang Diramalkan | terhadap Nilai yang Diramalkan |
| 9. | Nama: Ingried Aula Kumangki (2018) Judul: Pengaruh Adoption Barrier, Faktor Demografi dan Social Influence terhadap Keputusan Konsumen untuk Mengadopsi Layanan Mobile Banking | Dependen: Keputusan Mengadopsi Mobile Banking Independen: Usage Barrier, Value Barrier, Risk Barrier, Image Barrier, Usia, Jumlah Penghasilan, Jenis Kelamin, dan Pengaruh Sosial | 1. Value Barrier berpengaruh positif terhadap Keputusan Mengadopsi Mobile Banking 2. Image Barrier berpengaruh negatif terhadap Keputusan Mengadopsi Mobile Banking 2. Usage Barrier, Value Barrier, Risk Barrier, Image Barrier, Usia, Jumlah Penghasilan, Jenis Kelamin, dan Pengaruh Sosial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Mengadopsi Mobile Banking |
| 10. | Nama: Lifatin Sakdiyah, Rochman Effendi, dan Alwan Sri Kustono (2019) Judul: Analisis Penerimaan Penggunaan E-Learning dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Jember | Dependen: Perilaku Menggunakan E-Learning Independen: Sikap, Persepsi Kontrol Perilaku, Norma Subjektif Intervening: Minat Menggunakan E-Learning | 1. Sikap, Persepsi Kontrol Perilaku, Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan E-Learning 2. Minat Perilaku berpengaruh terhadap Penerapan Perilaku 3. Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Perilaku |
| 11. | Nama: Arash Vahdat, Ali Alizadeh, Sara Quach, dan Nicolas Hamelin (2020) Judul: Would you like to shop via mobile app technology? The Technology Acceptance Model, Social Factors, and Purchase Intention | Dependen: Penggunaan Aplikasi Seluler Independen: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial, Niat Membeli, dan Teman Sebaya Intervening: Sikap | 1. Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi Seluler 2. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial, dan Niat Membeli berpengaruh positif terhadap Sikap 3. Sikap berpengaruh positif terhadap Penggunaan Aplikasi Seluler |

2.5 Perumusan Hipotesis

2.5.1 Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness)

Menurut Hanggono (2015) Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu tingkatan seseorang percaya bahwa dalam menggunakan sistem teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja seseorang tersebut. Dapat diartikan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi dapat meningkatkan keefektifan dalam pekerjaan serta prestasi kerja pada orang yang menggunakannya. Menurut Surendran (2012) Persepsi Manfaat diartikan penilaian adanya prospektif (harapan baik) yang berasal dari individu yang menggunakan sistem tertentu yang akan meningkatkan kualitas kerja dan hidupnya, serta keyakinan menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja dirinya.

Persepsi Manfaat memiliki keterkaitan dengan minat penggunaan, yaitu berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM), perilaku yang dilakukan oleh suatu individu terhadap penggunaan teknologi tergantung pada tingkat kepercayaan teknologi yang digunakannya dapat membantu meningkatkan prestasi serta kinerjanya. Menurut Hadi dan Novi (2015) seseorang percaya dan merasakan bahwa dengan menggunakan *Mobile Banking* akan memberikan manfaat dan mempertinggi prestasi kerja yang dicapainya.

Penelitian yang dilakukan oleh Marwanto (2018) menyatakan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*. Hal ini dikarenakan tingginya tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh nasabah terhadap layanan *Mobile Banking*, sehingga nasabah memilih untuk

menggunakannya. Berdasarkan hal di atas, maka hipotesa yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap minat Penggunaan *Mobile Banking*

2.5.2 Sikap Terhadap Perilaku (*Attitude Towards Behaviour*)

Menurut Hatta et al. (2017), Sikap terhadap Perilaku merupakan persepsi dari seseorang yang berkeyakinan bahwa ketika terdapat individu yang melakukan suatu perilaku, akan muncul sikap perasaan positif atau negatif yang akan mempengaruhinya untuk berperilaku. Keyakinan yang timbul, berkaitan dengan penilaian-penilaian subjektif seseorang terhadap dunia sekitarnya, pemahaman mengenai diri dan lingkungannya. Keyakinan tersebut dapat meningkatkan sikap terhadap perilaku berdasarkan pengalaman yang diperoleh bahwa perilaku tersebut dapat memberikan keuntungan bagi pelakunya.

Sikap menjadikan setiap individu mempunyai pemikiran dan kecenderungan mengenai menyukai terhadap sesuatu atau tidak suka terhadap sesuatu. Attitude menentukan seseorang untuk berperilaku konsisten terhadap objek atau ide yang serupa kedepannya (Prasastyo, 2015). Pada kondisi lain, perilaku tertentu juga dapat mempengaruhi kepercayaan baru seseorang sehingga membawa perubahan pada sikap (Rahayu et al., 2017).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyarini (2012) menyatakan bahwa Sikap terhadap Perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*. Hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menyatakan bahwa perilaku merupakan fungsi dari informasi atau keyakinan yang

menonjol mengenai perilaku tersebut. Sikap yang dilakukan oleh individu merupakan keputusan yang dibuat karena individu tersebut telah terlebih dahulu memiliki kepercayaan terhadap suatu teknologi. Untuk dapat menguji variabel ini terhadap minat penggunaan, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Sikap terhadap Perilaku berpengaruh positif terhadap minat Penggunaan *Mobile Banking*

2.5.3 Kontrol Perilaku (Perceived Behaviour Control)

Kontrol Perilaku menurut Ajzen (1991) adalah persepsi kemudahan atau kesulitan yang terdapat pada setiap individu untuk melakukan sesuatu yang diasumsikan untuk mencerminkan pengalaman masa lalu dan antisipasi terhadap hambatan atau rintangan. Seseorang akan mempunyai keyakinan bahwa pengalaman akan dipengaruhi oleh suatu informasi yang didapat oleh orang lain, lalu dari sebuah informasi tersebut dapat menjadi suatu pertimbangan untuk melakukan suatu perilaku.

Prasastyo (2015) menyatakan bahwa Kontrol Perilaku memiliki dua aspek yaitu ketika individu merasa memiliki kontrol terhadap perilakunya sendiri dan ketika individu tersebut merasa memiliki kepercayaan diri untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku. Jika seorang nasabah merasa mampu dan mempunyai pengetahuan mengenai penggunaan aplikasi *Mobile Banking* yang terdapat pada ponsel mereka, maka mereka dapat memutuskan akan tetap menggunakannya atau tidak, semakin tinggi kontrol yang yang dirasakan, akan semakin kuat perilaku seseorang tersebut untuk menggunakan sesuatu, dalam penelitian ini penggunaan teknologi *Mobile Banking*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayati (2013) menemukan bahwa Kontrol Perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pada Internet Banking. Begitu pula juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marwanto (2018) yaitu Kontrol Perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pada *Mobile Banking*. Dari uraian yang telah dipaparkan, untuk menguji variabel ini terhadap minat penggunaan, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H3: Kontrol Perilaku berpengaruh positif terhadap minat Penggunaan *Mobile Banking*

2.5.4 Pengaruh Sosial (Social Influence)

Menurut Venkatesh et al. (2003) pengaruh sosial (*Social Influence*) diartikan sebagai seorang individu yang dapat dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan sistem. Pengaruh sosial yang dimaksud terkait dengan adanya pihak lain seperti keluarga, teman, sahabat, atau kerabat yang memberikan pengaruh seperti dorongan atau motivasi dalam menggunakan suatu aplikasi atau layanan. Semakin tinggi individu dapat dipengaruhi, maka semakin signifikan dalam mempengaruhi minat dalam menggunakan sistem (Amalia et al., 2018). Pengaruh sosial merupakan pengaruh yang berasal dari lingkungan sekitar individu, bahkan media sosial dan tokoh masyarakat juga dapat mempengaruhi individu untuk melakukan sesuatu. Hal ini selaras dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), karena perilaku yang dilakukan oleh suatu individu terhadap penggunaan teknologi tergantung pada tingkat kepercayaan teknologi yang digunakannya. Tingkat

kepercayaan teknologi bisa didapatkan dari orang lain yang telah mempengaruhi individu tersebut.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adzima dan Ariyanti (2018), dan menemukan bahwa Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pada *Mobile Banking*. Artinya semakin tinggi pengaruh sosial yang didapat oleh tiap individu, semakin meningkat juga minat penggunaan *Mobile Banking*. Berdasarkan keterangan di atas, maka hipotesis yang dirumuskan yaitu sebagai berikut:

H4: Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap minat Penggunaan *Mobile Banking*

2.5.5 Keinovatifan Teknologi (Technology Innovation)

Menurut Sururi (2017), penerapan pada inovasi teknologi meliputi pembaruan terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi oleh organisasi seperti system organisasi, peralatan dan skill aparatur. Hal tersebut menjadi tuntuan perusahaan dalam menghadap perubahan dan perkembangan masyarakat yang semakin dinamis. Melakukan inovasi teknologi informasi memang merupakan keharusan, tetapi di sisi lain hal ini ternyata memerlukan biaya yang tidak sedikit. Selain itu, walaupun terdapat risiko-risiko yang terkandung di dalamnya bagi sebuah bank, dalam menentukan inovasi harus terdapat perencanaan yang matang yang diselaraskan dengan visi dan misi perusahaan, sehingga inovasi yang diciptakan akan menghasilkan nilai tambah yang benar-benar diharapkan oleh seluruh *stake holder* (Febriana, 2014).

Menurut Febriana (2014) inovasi memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi di suatu negara, perusahaan yang inovatif harus dapat menciptakan nilai baru yang tidak ada sebelumnya. Dengan cara ini, mereka akan menciptakan kekayaan bagi perusahaan, negara dan juga dunia. Semakin inovatif suatu perusahaan dalam membuat suatu program, maka semakin produktif dan semakin efisien juga dalam menggunakan sumber daya. Semakin produktif perusahaan dalam suatu negara, semakin efisien negara tersebut menggunakan sumber daya. Dengan demikian inovasi yang dilakukan perusahaan menunjukkan pentingnya inovasi yang dibuat bukan hanya untuk kepentingan perusahaan namun juga bagi negara dan juga pengaruh inovasi tersebut pada masyarakat (Almilia, 2006) menyatakan bahwa persaingan dan perkembangan di masa yang maju ini, Teknologi Informasi yang ada pada perbankan menyebabkan lahirnya berbagai produk dan jasa keuangan yang inovatif dan kreatif. Kusumastuti (2009) menjelaskan semakin banyak jasa yang diberikan oleh pihak bank, maka akan memancing peningkatan kegunaan dari Teknologi, yang akan berdampak pada pemenuhan kebutuhan penggunaanya dan mendapatkan predikat layanan prima (*service excellence*).

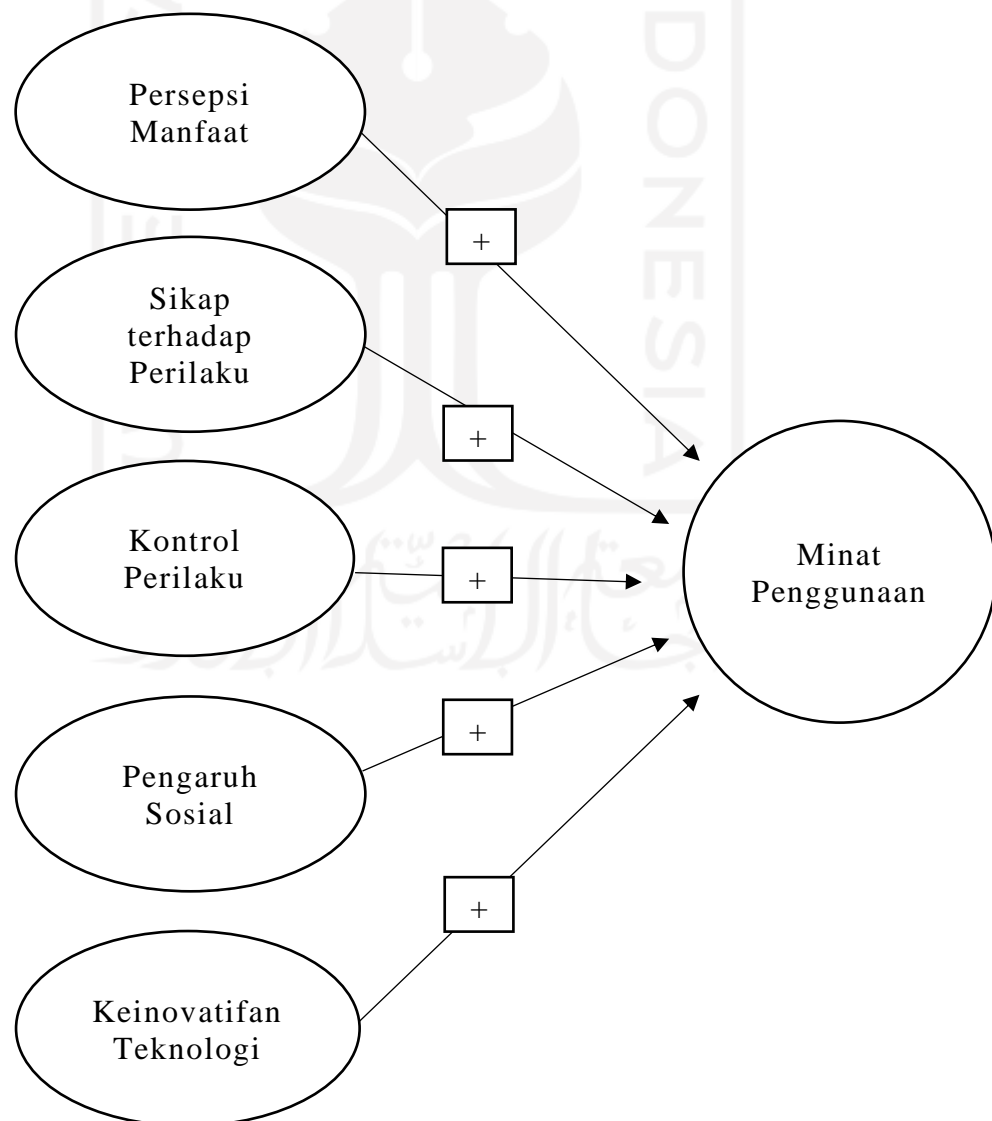
Variabel Keinovatifan Teknologi diambil berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Diksani et al. (2014) yaitu Keinovatifan Personal berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi. Völlink et al. (2002) menjelaskan bahwa inovasi sebagai ide atau praktik yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lainnya. Hal ini sesuai dengan teori difusi inovasi yaitu berkaitan dengan suatu ide dan teknologi yang baru dan tersebar ke seluruh penjuru

masyarakat, sehingga nasabah juga ikut menilai keunggulan dari sebuah inovasi yang telah diperkenalkan oleh bank. Untuk dapat menguji peran variabel Keinovatifan Teknologi terhadap minat penggunaan, maka hipotesa yang diajukan yaitu:

H5: Keinovatifan Teknologi berpengaruh positif terhadap minat Penggunaan *Mobile Banking*

2.5.6 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan yang berasal dari elemen-elemen atau individu yang merupakan sumber informasi penelitian (Hadi, 2006). Populasi dalam penelitian ini yaitu pengrajin kain flanel di beberapa wilayah di Indonesia. Kerajinan-kerajinan yang dibuat berbahan dasar dari kain flanel, tidak berpusat di suatu daerah, sehingga penelitian yang dilakukan menggunakan populasi yang menyebar ke beberapa wilayah di Indonesia. Alasan pengambilan populasi karena maraknya penggunaan layanan *Mobile Banking* di kalangan pengrajin kain flanel untuk memastikan bahwa konsumennya telah mentransfer sejumlah uang pada saat transaksi dilakukan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *accidental random sampling*. Teknik tersebut yaitu mengambil sampel secara acak dan kebetulan bersedia menjawab kuesioner.

Sampel merupakan bagian yang memiliki karakteristik sama dengan populasinya (Hadi, 2006). Pada penelitian ini terdapat 101 kuesioner yang disebar, dan kriteria sampelnya yaitu pengrajin kain flanel di Indonesia yang menggunakan *Mobile Banking*.

3.2 Teknik Penyebaran Kuesioner

Penelitian yang dilakukan menggunakan data primer yang didapatkan langsung dari responden menggunakan kuesioner. Kuesioner yang disebar hanya menggunakan 1 metode yaitu menyebarkan secara *online* menggunakan *link* kuesioner yang telah dibuat dengan menggunakan *google form* sehingga dapat

mempermudah penyebarannya ke seluruh pengrajin yang tersebar di beberapa kota di Indonesia. *Link* kuesioner yang telah dibuat lalu diberikan kepada pengrajin kain flanel yang menggunakan *Mobile Banking*. Kuesioner yang dibuat terdapat 2 bagian, yaitu:

1. Berisi pertanyaan usia, jenis kelamin, dan kota tempat kerajinan dilakukan
2. Berisi pertanyaan terkait kepentingan untuk menguji penelitian menggunakan skala *likert*..

Kuesioner terdiri dari 36 pertanyaan yang telah disesuaikan dengan keadaan para pengrajin kain flanel yang menggunakan layanan *mobile banking* di beberapa kota di Indonesia. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*, yaitu berisi 5 tingkat prefensi pilihan jawaban yaitu: (Ghozali, 2013)

- 1 : STS (Sangat Tidak Setuju)
- 2 : TS (Tidak Setuju)
- 3 : N (Netral)
- 4 : S (Setuju)
- 5 : SS (Sangat Setuju)

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Minat Penggunaan *Mobile Banking*, sedangkan variabel independennya yaitu Persepsi

Manfaat, Sikap terhadap Perilaku, Kontrol Perilaku, Pengaruh Sosial, dan Keinovatifan Teknologi.

3.3.1 Variabel Dependen

3.3.1.1 Minat Penggunaan Mobile Banking

Minat Penggunaan merupakan variabel yang digunakan untuk mengukur keinginan terhadap sesuatu yang berasal dari kemauan atau dorongan. Pengukuran variabel Minat Penggunaan menggunakan 6 item pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan yang ada pada variabel ini yaitu: apakah responden selalu menggunakan *Mobile Banking* untuk transfer dana, apakah responden selalu melakukan transaksi menggunakan *Mobile Banking*, apakah *Mobile Banking* digunakan untuk mengetahui informasi saldo, apakah *Mobile Banking* digunakan untuk mengetahui riwayat transaksi yang dilakukan, apakah *Mobile Banking* akan digunakan oleh responden di masa yang akan datang, dan apakah *Mobile Banking* digunakan untuk meningkatkan efisiensi pekerjaan.

3.3.2 Variabel Independen

3.3.2.1 Persepsi Manfaat

Responden yang memiliki persepsi manfaat terhadap sesuatu ditimbulkan dari kepercayaan yang terlebih dahulu dimiliki oleh responden. Responden percaya bahwa penggunaan sistem tertentu akan mendapatkan manfaat seperti peningkatan kinerja. Pengukuran variabel Persepsi Manfaat menggunakan 8 item pertanyaan. Berikut merupakan beberapa pertanyaan yang diajukan seperti: apakah *Mobile Banking* digunakan untuk memeriksa informasi saldo dan riwayat transaksi, apakah dengan adanya *Mobile Banking* dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat

dan transaksi lebih akurat, apakah *Mobile Banking* dapat mendatangkan lebih banyak keuntungan dan mempermudah pekerjaan yang berhubungan dengan bank, dan apakah *Mobile Banking* dapat dilakukan kapan pun, di mana pun, dan dapat dirasakan manfaatnya secara keseluruhan.

3.3.2.2 Sikap Terhadap Perilaku

Sikap terhadap Perilaku timbul berawal dari pengalaman yang diperoleh. Responden merasa bahwa sistem yang digunakannya merupakan pemilihan yang tepat dan akan terus digunakan untuk kepentingannya seperti bisnis. Pengukuran variabel Sikap terhadap Perilaku menggunakan 5 item pertanyaan, yaitu: apakah responden merasa bahwa menggunakan *Mobile Banking* merupakan keputusan yang baik, apakah responden menganjurkan bahwa *Mobile Banking* dapat memperlancar bisnis, apakah responden menginginkan *Mobile Banking* sebagai alat untuk bertransaksi, apakah *Mobile Banking* dapat digunakan selain untuk berbisnis, dan apakah responden merasa bahwa bank perlu merekomendasikan *Mobile Banking* kepada nasabah.

3.3.2.3 Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku merupakan perasaan responden mengenai mudah atau sulit dalam penggunaan sistem yang dipakai. Pengukuran variabel Kontrol Perilaku menggunakan 5 item pertanyaan. Berikut merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner: apakah responden memiliki pengetahuan mengenai *Mobile Banking*, apakah responden mampu menggunakan *Mobile Banking*, apakah responden menggunakan *Mobile Banking* dengan baik tanpa

kendala, apakah responden membutuhkan bantuan seseorang, dan apakah responden menggunakan *Mobile Banking* atas kehendaknya sendiri.

3.3.2.4 Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial merupakan pengaruh yang berasal dari lingkungan di sekitaran responden seperti keluarga, teman, atau kerabat. Pengukuran variabel Pengaruh Sosial menggunakan 7 item pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan yang ada seperti: apakah responden menggunakan *Mobile Banking* karena pengaruh dari keluarga, teman, lingkungan sekitar, media sosial, dan tokoh masyarakat, apakah pihak bank memberi rekomendasi kepada responden atas penggunaan *Mobile Banking*, dan apakah responden menggunakan *Mobile Banking* karena orang-orang di sekitarnya telah menerima hal positif.

3.3.2.5 Keinovatifan Teknologi

Inovasi yang dilakukan oleh pihak bank untuk selalu memperbarui layanan yang diberikan pada nasabah, telah mempengaruhi responden untuk terus menggunakan layanan *Mobile Banking*. Pengukuran variabel Keinovatifan Teknologi menggunakan 5 item pertanyaan. Dalam variabel Keinovatifan Teknologi terdapat pertanyaan-pertanyaan seperti: apakah responden selalu mencoba teknologi baru, apakah responden memperbarui sistem *Mobile Banking* yang paling baru, apakah responden merasa bahwa *Mobile Banking* lebih bermanfaat setelah diperbarui sistemnya, apakah teknologi baru dapat memajukan bisnis yang sedang dijalani, apakah responden merasa bahwa pihak bank telah menyediakan layanan *Mobile Banking* sesuai yang dibutuhkan oleh pengusaha.

3.4 Metode Analisis

Dalam penelitian ini, menggunakan teknik analisis linear berganda dengan tujuan untuk menunjukkan pengaruh antar dua atau lebih variabel. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel dependen, sedangkan variabel yang mempengaruhinya disebut variabel independen. Analisis linear data berganda diolah menggunakan aplikasi Microsoft Excel dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Keterangan:

| | |
|--|--|
| Y | : Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> |
| α | : konstanta regensi |
| $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \text{ dan } \beta_5$ | : koefisien regresi |
| e | : eror |
| X1 | : Persepsi Manfaat |
| X2 | : Sikap terhadap Perilaku |
| X3 | : Kontrol Perilaku |
| X4 | : Pengaruh Sosial |
| X5 | : Keinovatifan Teknologi |

3.5 Teknik Pengujian Data dan Hipotesis

3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah alat ukur untuk mengetahui ketepatan pertanyaan yang diajukan. Pertanyaan dapat dikatakan valid, apabila t-hitung lebih besar daripada t-tabel. Validitas berhubungan dengan akurasi alat ukur. Alat ukur yang valid akan memberikan persamaan hasil kapan pun dan di mana pun alat tersebut digunakan (Hadi, 2006). Dalam penelitian ini, menggunakan aplikasi *Microsoft Excel* dengan cara yang pertama mencari nilai korelasi, lalu mencari nilai t-hitung, setelah itu mencari nilai signifikansi dari setiap pertanyaan pada kuesioner.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan alat ukur dalam penelitian. (Hadi, 2006). Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *Microsoft Excel* untuk mencari nilai *Cronbach's Alpha* dengan cara mencari varian dari jumlah varian tiap butir pertanyaan. Nilai batas yang digunakan untuk menentukan reliabilitasnya kuesioner yaitu 0.6. Kuesioner yang memiliki nilai koefisien reabilitas *Cronbach's Alpha* > 0.6 , dapat disimpulkan kuesioner tersebut reliabel atau dapat dipercaya, sehingga layak dan dapat digunakan untuk penelitian. (Widjaja et al., 2020).

3.6 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif berisi informasi mengenai karakteristik dari setiap responden dalam suatu penelitian agar mudah menafsirkan data yang ada dalam penelitian. Analisis Statistik Deskriptif mengklasifikasikan responden berdasarkan pertanyaan usia, jenis kelamin, kota tempat kerajinan dilakukan, dan pekerjaan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut terdapat pada kuesioner bagian pertama.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Terdapat 4 uji dalam Uji Asumsi Klasik, yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, Uji Normalitas, dan Uji Linearitas. Jika sudah lulus uji ini, maka asumsi klasik sudah terpenuhi.

3.7.1 Uji Multikolineritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel independen lainnya. Agar dapat mendeteksi ada atau

tidaknya multikolinearitas dalam suatu penelitian, dapat dilihat dari besarnya nilai korelasi. Jika nilai korelasi < 0.8 , maka tidak terjadi multikolinearitas (Hadi, 2006).

3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi dari nilai residu. Model regresi yang baik yaitu homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Hadi, 2006). Jika variabel independen menunjukkan nilai signifikansi sebesar $> 5\%$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika variabel independen menunjukkan nilai signifikansinya $< 5\%$ maka terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk memastikan metode regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013). Uji normalitas merupakan uji statistik yang dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov*. Uji tersebut menunjukkan, jika nilai signifikansi > 0.05 , maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

3.7.4 Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk memastikan bahwa variabel dependen dan variabel independen mempunyai hubungan linear secara signifikan atau tidak signifikan (Sugiyono dan Susanto, 2015). Uji linearitas dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dengan cara meregresi model yang akan diuji. Jika *deviation from linearity* > 0.05 , maka data tersebut dapat dikatakan linear (Widhiarso, 2010).

3.8 Uji Model

3.8.1 Adjusted R Square

Tujuan *Adjusted R Square* yaitu untuk menunjukkan besar nilai variabel dependen yang dipengaruhi oleh Variabel Independen (Hadi, 2017). Dalam *Adjusted R Square* dapat digunakan untuk mengetahui presentase kontribusi variabel independen yang diajukan terhadap variabel dependen.

3.8.2 Signifikan F

Signifikansi F digunakan untuk menunjukkan tingkat kesalahan yang ditanggung dalam sebuah penelitian. Model yang baik yaitu jika F lebih kecil dari α (Hadi, 2006).

3.8.3 Missing Variabel

Missing Variabel digunakan untuk melihat baik atau tidak model yang dibuat. Nilai interceptnya tidak boleh signifikan, sehingga akan menciptakan model yang baik (Hadi, 2006). Jika nilai intercept yang ditimbulkan signifikan, artinya terdapat sesuatu yang salah yang mungkin terdapat variabel penting lain tetapi tidak dimasukkan dalam variabel penelitian.

3.8.4 Uji t

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diajukan. Serta untuk melihat secara signifikan atau tidak variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3.1 Kriteria *Probability Value*

| p-value | Pengertian |
|----------------|--------------------|
| > 10% | Tidak Signifikan |
| 5% s/d 10% | Signifikan Lemah |
| 1% s/d 4.99% | Signifikan Moderat |
| < 1% | Signifikan Kuat |

Sumber: (Hadi, 2006)



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Responden penelitian ini adalah Pengrajin Kain Flanel di beberapa kota di Indonesia yang menggunakan layanan *Mobile Banking*. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *google form* sebanyak 101 kuesioner. Penyebaran sebanyak 101 kuesioner karena tidak diketahui jumlah pasti populasinya, maka pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan jumlah sampel (Riduwan dan Akdon, 2010).

$$n = \frac{Z^2 \cdot P (1-P)}{d}$$
$$= \frac{1.96^2 \cdot 0.5 (1-0.5)}{0.1} = 96$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = Tingkat Kepercayaan = 1.96

P = Proporsi maksimal estimasi = 0.5

d = Alpha (0.1)

Untuk memudahkan data yang diolah dalam pengujian, maka angka 96 dibulatkan menjadi 100, dan kuesioner yang disebar sebanyak 101. Namun, pada penelitian ini hanya terdapat 87 kuesioner yang dapat diolah. Berikut persentase kuesioner yang telah dikumpulkan yang berisi keterangan yang lebih lengkap:

Tabel 4.1 Data Kuesioner

| Keterangan | Jumlah Responden | Persentase |
|--|------------------|------------|
| Kuesioner disebar melalui <i>google form</i> | 101 | 100% |
| Kuesioner tidak diisi lengkap | 14 | 13.86% |
| Kuesioner diisi lengkap dan dapat diolah | 87 | 86.14% |

Sumber: data primer diolah, 2020

4.2 Deskripsi Responden

Deskripsi Responden bertujuan untuk menggambarkan profil responden.

4.2.1 Usia

Tabel 4.2 Data Responden berdasarkan Usia

| Usia | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
| 10 – 20 tahun | 15 | 17.24% |
| 21 – 30 tahun | 62 | 71.26% |
| 31 – 40 tahun | 8 | 9.20% |
| 41 – 50 tahun | 2 | 2.30% |
| Jumlah | 87 | 100% |

Sumber: data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.2, mayoritas responden yang berminat untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* yaitu responden yang berusia 21 tahun hingga 30 tahun. Pada rentang usia 21 hingga 30 tahun memiliki pola pikir seseorang untuk melakukan sebuah pekerjaan yang dapat membuat penghasilan, sehingga responden-responden mayoritas berusia 21 hingga 30 tahun.

4.2.2 Jenis Kelamin

Tabel 4.3 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
| Perempuan | 86 | 99.85% |
| Laki-laki | 1 | 1.15% |
| Jumlah | 87 | 100% |

Sumber: data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.3, menunjukkan jenis kelamin responden dari yaitu perempuan sebanyak 99.85% atau 86 responden dan laki-laki yaitu sebanyak

1.15% atau 1 responden. Perempuan menjadi mayoritas pada penelitian ini dikarenakan perempuan cenderung menyukai kerajinan seperti kerajinan tangan. Perempuan menyukai kerajinan dikarenakan aktivitas membuat suatu produk yang berasal dari kerajinan cenderung tidak membutuhkan banyak tenaga, sehingga dapat dilakukan pada saat santai atau tidak dalam kondisi sibuk.

4.2.3 Lokasi Usaha

Tabel 4.4 Lokasi Usaha

| Provinsi | | Jumlah | Persentase |
|------------|-------------------|--------|------------|
| Jawa | DIY | 3 | 3% |
| | Banten | 7 | 8% |
| | Jawa Barat | 22 | 25% |
| | Jawa Tengah | 14 | 16% |
| | Jawa Timur | 13 | 15% |
| | DKI Jakarta | 4 | 5% |
| Bali | Bali | 6 | 7% |
| Kalimantan | Kalimantan Tengah | 2 | 2% |
| | Kalimantan Barat | 2 | 2% |
| | Kalimantan Timur | 4 | 5% |
| Lain-lain | | 10 | 10% |
| Jumlah | | 87 | 100% |

Sumber: data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.4, menunjukkan lokasi responden. Lokasi merupakan tempat responden mengerjakan kerajinan kain flanel. Terdapat berbagai macam lokasi yang ditinggali oleh banyak responden dalam penelitian ini. Mayoritas responden berasal dari Pulau Jawa yaitu dari Provinsi Jawa Barat sebanyak 25% atau 22 responden, Jawa Tengah 16% atau 14 responden, dan Jawa Timur sebanyak 15% atau 13 responden.

4.2.4 Pendidikan Terakhir

Tabel 4.5 Data Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

| Pendidikan | Jumlah | Persentase |
|------------|--------|------------|
| SMP | 2 | 2.30% |
| SMA/SMK | 38 | 43.68% |
| Diploma | 9 | 10.34% |
| S1 | 38 | 43.68% |
| Jumlah | 87 | 100% |

Sumber: data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.5, menunjukkan mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir yaitu SMA/SMK dan Sarjana Satu yang masing-masing memiliki persentase sebanyak 43.68% atau sebanyak 38 responden. Hal tersebut dikarenakan responden yang telah lulus dari masa sekolah dan lulus kuliah telah melewati masa wajib belajar dan merasa memiliki tanggung jawab untuk memiliki sebuah pekerjaan, sehingga mereka memilih sebuah pekerjaan yaitu menjadi pengrajin kain flanel.

4.3 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

4.3.1 Uji Validitas

Tabel 4.6 Rangkuman Hasil Uji Validitas

| Variabel | Item | t-hitung | r-hitung | Hasil |
|-----------------------|------|----------|----------|-------|
| Persepsi Manfaat (X1) | X1.1 | 8.831 | 0.6638 | valid |
| | X1.2 | 6.925 | 0.5712 | valid |
| | X1.3 | 9.411 | 0.6871 | valid |
| | X1.4 | 9.135 | 0.6763 | valid |
| | X1.5 | 9.905 | 0.7055 | valid |
| | X1.6 | 13.66 | 0.8083 | valid |
| | X1.7 | 8.591 | 0.6535 | valid |
| | X1.8 | 13.45 | 0.8039 | valid |

| Variabel | Item | t-hitung | r-hitung | Hasil |
|------------------------------|------|----------|----------|-------|
| Sikap terhadap Perilaku (X2) | X2.1 | 10.786 | 0.7350 | valid |
| | X2.2 | 11.988 | 0.7694 | valid |
| | X2.3 | 11.577 | 0.7584 | valid |
| | X2.4 | 9.276 | 0.6819 | valid |
| | X2.5 | 10.668 | 0.7313 | valid |
| Kontrol Perilaku (X3) | X3.1 | 11.889 | 0.7668 | valid |
| | X3.2 | 15.670 | 0.8442 | valid |
| | X3.3 | 11.199 | 0.7475 | valid |
| | X3.4 | 12.434 | 0.7808 | valid |
| | X3.5 | 11.051 | 0.7431 | valid |
| Pengaruh Sosial (X4) | X4.1 | 11.6521 | 0.7604 | valid |
| | X4.2 | 14.094 | 0.8169 | valid |
| | X4.3 | 12.143 | 0.7735 | valid |
| | X4.4 | 10.126 | 0.7132 | valid |
| | X4.5 | 10.861 | 0.7373 | valid |
| | X4.6 | 6.997 | 0.5752 | valid |
| | X4.7 | 6.812 | 0.5649 | valid |
| Keinovatifan Teknologi (X5) | X5.1 | 15.165 | 0.8361 | valid |
| | X5.2 | 13.579 | 0.8066 | valid |
| | X5.3 | 12.192 | 0.7747 | valid |
| | X5.4 | 13.842 | 0.8120 | valid |
| | X5.5 | 9.043 | 0.6725 | valid |
| Minat Penggunaan (Y) | Y1 | 13.190 | 0.798 | valid |
| | Y2 | 12.283 | 0.777 | valid |
| | Y3 | 14.735 | 0.828 | valid |
| | Y4 | 124.038 | 0.814 | valid |
| | Y5 | 12.685 | 0.786 | valid |
| | Y6 | 8.344 | 0.642 | valid |

Sumber: data primer diolah, 2020

Tujuan dari uji validitas yaitu untuk mengetahui kevalidan atau ketepatan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada angket untuk diberikan kepada responden. Pengujian validitas dilakukan menggunakan aplikasi *Microsoft Excel* dengan mencari nilai r-hitung terlebih dahulu, lalu mencari nilai t-hitung, dan menentukan t-tabel dengan total responden yang telah didapat yaitu sebanyak 87 responden (t-tabel sebesar 1.9842). Berdasarkan Tabel 4.6, seluruh variabel yang

digunakan nilai t -hitungnya $>$ t -tabel, sehingga setiap butir pertanyaan dari penelitian ini dikatakan valid (Hadi, 2006).

4.3.2 Uji Reabilitas

Tabel 4.7 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|-------------------------|-------------------------|------------|
| Persepsi Manfaat | 0.8403 | reliabel |
| Sikap terhadap Perilaku | 0.7797 | reliabel |
| Kontrol Perilaku | 0.8273 | reliabel |
| Pengaruh Sosial | 0.8310 | reliabel |
| Keinovatifan Teknologi | 0.8392 | reliabel |
| Minat Penggunaan | 0.8578 | reliabel |

Sumber: data primer diolah, 2020

Tujuan dari uji reabilitas yaitu untuk mengetahui konsisten dari angket. Pengujian reabilitas dilakukan menggunakan aplikasi *Microsoft Excel* dengan mencari nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0.6, dapat dikatakan dapat diterima atau reliabel (Widjaja et al., 2020). Berdasarkan Tabel 4.7, telah diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* terkecil yaitu pada variabel Persepsi Manfaat sebesar 0.7797. Artinya nilai *Cronbach's Alpha* telah memenuhi kriteria yang ditentukan, maka pada setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner yang diberikan dapat dikatakan reliabel.

4.4 Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.8 Rangkuman Hasil Analisis Deskriptif

| Variabel | N | Min | Max | Mean | <i>Standar Deviasi</i> | Median |
|------------------|----|-----|-----|---------|------------------------|--------|
| Persepsi Manfaat | 87 | 3 | 5 | 4.44926 | 0.4667 | 4.5 |

| Variabel | N | Min | Max | Mean | Standar Deviasi | Median |
|-------------------------|----|-----|-----|---------|-----------------|--------|
| Sikap terhadap Perilaku | 87 | 3.2 | 5 | 4.37228 | 0.4947 | 4.4 |
| Kontrol Perilaku | 87 | 2.4 | 5 | 3.99208 | 0.6241 | 4 |
| Pengaruh Sosial | 87 | 1 | 5 | 2.86846 | 0.8348 | 3 |
| Keinovatifan Teknologi | 87 | 2.2 | 5 | 4.0019 | 0.6257 | 4 |
| Minat Penggunaan | 87 | 2 | 5 | 4.1551 | 0.6237 | 4.1 |

Sumber: data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.8, variabel Persepsi Manfaat mempunyai nilai rata-rata cukup tinggi yaitu sebesar 4.44926. Nilai minimal pada variabel ini yaitu 3 dan nilai maksimalnya yaitu 5. Standar deviasi yang dimiliki variabel ini sebesar 0.4667, artinya variabel ini homogen. Rata-rata yang lebih besar dibandingkan dengan rata-rata dari variabel independen lain juga menunjukkan responden sangat setuju bahwa variabel ini sangat bermanfaat terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*.

Pada variabel Sikap terhadap Perilaku, memiliki nilai minimal 3.2 dan nilai maksimal 5. Variabel ini memiliki rata-rata sebesar 4.37228. Artinya menunjukkan mayoritas responden memilih jawaban setuju. Data pada variabel ini menunjukkan standar deviasi yang rendah yaitu sebesar 0.4948.

Penelitian ini menunjukkan variabel Kontrol Perilaku Perilaku mempunyai nilai rata-rata sebesar 3.99208 dan standar deviasi sebesar 0.62413. Artinya nilai rata-rata tersebut lebih besar dari standar deviasi, sehingga data pada variabel ini bersifat homogen. Nilai minimal pada variabel ini sebesar 2.5 dan nilai maksimalnya sebesar 5.

Variabel Pengaruh Sosial mempunyai nilai minimal yaitu 1 dan nilai maksimalnya yaitu 5. Nilai rata-ratanya sebesar 2.8684 mendekati angka 3. Artinya sebagian besar responden memberikan jawaban netral. Standar deviasi yang dimiliki variabel ini lebih kecil dari rata-rata, yaitu standar deviasi sebesar 0.8348, artinya variabel ini bersifat homogen.

Pada penelitian ini menunjukkan variabel Keinovatifan Teknologi mempunyai nilai rata-rata sebesar 4.0019. Artinya nilai rata-rata tersebut menunjukkan responden mayoritas memilih jawaban setuju. Standar deviasi sebesar 0.62578. Data pada variabel ini berdistribusi normal.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Multikolinieritas

Tabel 4.9 Rangkuman Hasil Uji Multikolinieritas

| | <i>PM</i> | <i>STP</i> | <i>KP</i> | <i>PS</i> | <i>KT</i> |
|-----|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|
| PM | 1 | | | | |
| STP | 0.74988 | 1 | | | |
| KP | 0.62336 | 0.47490 | 1 | | |
| PS | 0.21021 | 0.27594 | 0.03829 | 1 | |
| KT | 0.66624 | 0.52937 | 0.59026 | 0.35697 | 1 |

Sumber: data primer diolah, 2020

Tujuan uji Multikolinieritas yaitu untuk mengetahui hubungan antar variabel independen. Uji ini dilakukan menggunakan aplikasi *Microsoft Excel*. Agar suatu variabel bebas multikolinieritas, nilai korelasinya < 0.8 (Hadi, 2006). Apabila nilainya melebihi 0.8, maka data tidak bebas multikolinieritas. Berdasarkan Tabel 4.9, menunjukkan nilai korelasi tertinggi yaitu sebesar 0.74988. Artinya menunjukkan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | Signifikan | Simpulan |
|------------------------------|------------|----------|
| Persepsi Manfaat (X1) | 0.3958 | bebas |
| Sikap terhadap Perilaku (X2) | 0.5277 | bebas |
| Kontrol Perilaku (X3) | 0.6163 | bebas |
| Pengaruh Sosial (X4) | 0.4436 | bebas |
| Keinovatifan Teknologi (X5) | 0.4983 | bebas |

Sumber: data primer diolah, 2020

Tujuan Uji Heteroskedastisitas yaitu untuk menguji model regresi dari nilai residu. Uji Heteroskedastisitas dilakukan menggunakan aplikasi *Microsoft Excel*. Dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser. Berdasarkan Tabel 4.11, menunjukkan semua variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0.05, artinya semua variabel independen bebas dari masalah heteroskedastisitas (Hadi, 2006).

4.5.3 Uji Normalitas

**Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 87 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.08754254 |
| | Absolute | .057 |
| Most Extreme Differences | Positive | .052 |
| | Negative | -.057 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .528 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .943 |

Sumber: data primer diolah, 2020

Uji Normalitas dilakukan untuk memastikan metode regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013). Uji normalitas merupakan uji statistik yang dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov*. Uji tersebut menunjukkan, jika nilai signifikansi > 0.05 , maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji di atas, diperoleh nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0.943 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0.05, artinya data penelitian berdistribusi normal.

4.5.4 Uji Linieritas

Tabel 4.12 Rangkuman hasil Uji Linearitas

| Variabel Bebas | Variabel Dependen | Deviation from Linearity | α | Kesimpulan |
|-------------------------------|-----------------------|--------------------------|----------|------------|
| Persepsi Manfaat (PM) | Minat Penggunaan (MP) | 0.102 | 0.05 | Linear |
| Sikap terhadap Perilaku (STP) | | 0.269 | | Linear |
| Kontrol Perilaku (KP) | | 0.129 | | Linear |
| Pengaruh Sosial (PS) | | 0.218 | | Linear |
| Keinovatifan Teknologi (KT) | | 0.058 | | Linear |

Sumber: data primer diolah, 2020

Uji linearitas digunakan untuk memastikan bahwa variabel dependen dan variabel independen mempunyai hubungan linear secara signifikan atau tidak signifikan (Sugiyono dan Susanto, 2015). Jika *deviation from linearity* > 0.05 , maka data tersebut dapat dikatakan linear (Widhiarso, 2010). Dari hasil tabel rangkuman di atas, nilai signifikansi *Deviation from Linearity* dari variabel dependen dengan semua variabel independen menunjukkan > 0.05 , yang berarti hubungan antar variabel yaitu linear.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Pengujian Model

Tabel 4.13 Hasil uji regresi

SUMMARY OUTPUT

| <i>Regression Statistics</i> | |
|------------------------------|--------|
| Multiple R | 0.8254 |
| R Square | 0.6814 |
| Adjusted R Square | 0.6617 |
| Standard Error | 0.3592 |
| Observations | 87 |

| ANOVA | | | | | <i>Significance F</i> |
|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------------------|
| | <i>df</i> | <i>SS</i> | <i>MS</i> | <i>F</i> | <i>F</i> |
| Regression | 5 | 22.3650 | 4.4730 | 34.6486 | 8.82714E-19 |
| Residual | 81 | 10.4568 | 0.1291 | | |
| Total | 86 | 32.8218 | | | |

| | <i>Coefficients</i> | <i>Standard Error</i> | <i>t Stat</i> | <i>P-value</i> |
|-----------|---------------------|-----------------------|---------------|----------------|
| Intercept | -0.64535 | 0.38243 | -1.6875 | 0.09535 |
| PM | 0.49087 | 0.14798 | 3.31707 | 0.00136 |
| STP | 0.21122 | 0.11923 | 1.77144 | 0.08025 |
| KP | 0.17965 | 0.08742 | 2.05485 | 0.04312 |
| PS | 0.09046 | 0.05368 | 1.68524 | 0.09579 |
| KT | 0.18622 | 0.09189 | 2.02644 | 0.04601 |

Sumber: data primer diolah menggunakan Microsoft Excel 2013

4.6.1.1 Adjusted R Square

Tujuan Adjusted R Square yaitu untuk menunjukkan besar nilai variabel dependen dipengaruhi oleh Variabel Independen (Hadi, 2017). Berdasarkan Tabel 4.11, Koefisien Adjusted R Square menunjukkan angka yaitu sebesar 0.6617.

Artinya Minat Penggunaan *Mobile Banking* sebagai variabel dependen dapat dijelaskan oleh Persepsi Manfaat, Sikap terhadap Perilaku, Kontrol Perilaku, Pengaruh Sosial, dan Keinovatifan Teknologi yaitu sebesar 66.17% atau dapat menjelaskan per variabel dengan rata-rata 13.23%. Penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel dari sekian banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *Mobile Banking* dan dalam penelitian ini telah mampu menjelaskan sebanyak 66.17%, sehingga dapat disimpulkan model penelitian ini cukup baik.

4.6.1.2 Signifikan F

Tujuan Signifikansi F yaitu untuk menunjukkan tingkat kesalahan yang ditanggung. Berdasarkan Tabel 4.11, nilai Signifikansi F menunjukkan angka yaitu sebesar 8.82714E-19 atau 0.000. Artinya nilai yang diperoleh sangat kecil dan dapat diabaikan, sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan.

4.6.1.3 Missing Variabel

Tujuan Missing Variabel yaitu untuk melihat baik atau tidaknya model yang telah dibuat. Agar dapat menciptakan model yang baik, nilai interceptnya tidak boleh signifikan (Hadi, 2006). Berdasarkan Tabel 4.11, Nilai Signifikan dari intercept menunjukkan angka yaitu 0.09535 (signifikan lemah). Artinya nilai signifikan sebesar 9.5% sudah mendekati 10%, sehingga peran signifikannya dapat diabaikan dan penelitian dapat diteruskan.

4.6.2 Analisis Regresi Berganda

Tujuan Analisis Regresi Berganda yaitu untuk melihat pengaruh dari semua variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah rumusnya:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

X1 : Persepsi Manfaat

X2 : Sikap terhadap Perilaku

X3 : Kontrol Perilaku

X4 : Pengaruh Sosial

X5 : Keinovatifan Teknologi

4.6.2.1 Persepsi Manfaat

H01: Persepsi Manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat Penggunaan *Mobile Banking*

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan pengujian signifikansi regresi dari variabel independen yang pertama yaitu variabel Persepsi Manfaat. Hasil pengujian analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan koefisien regresi antara persepsi manfaat dengan minat penggunaan *Mobile Banking* yaitu sebesar 0.49087 dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0.00136, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Artinya, variabel Persepsi Manfaat terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*, dan arti pada nilai signifikansi (p-value) yaitu menunjukkan rentang signifikansi kuat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, variabel Persepsi Manfaat terbukti memiliki pengaruh kuat terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada pengrajin kain flanel. Hal tersebut terjadi karena penggunaan *Mobile Banking* bermanfaat bagi responden penelitian ini, seperti dapat mengetahui informasi saldo, riwayat transaksi, serta dapat dilakukan kapan pun dan di mana pun.

Sehingga layanan *Mobile Banking* dapat membantu nasabah-nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan.

Mayoritas responden pada penelitian ini juga merasakan manfaat bahwa *Mobile Banking* dapat membantu menyelesaikan transaksi dengan cepat serta jauh lebih akurat. Dapat disimpulkan yaitu semakin besar manfaat yang diperoleh, maka minat penggunaan *Mobile Banking* pada pengrajin kain flanel semakin meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Wibiadila (2016), yang memiliki hasil signifikansi sebesar 0.019 atau 1.9%, sehingga dapat membuktikan Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* dengan menggunakan nasabah Bank Mandiri kota Solo. Terdapat sedikit perbedaan hasil antara penelitian yang dilakukan Wibiadila dengan penelitian ini yaitu hasil signifikansinya. Signifikansi pada penelitian ini memiliki nilai sebesar 0.001 yang tergolong signifikan kuat, sedangkan penelitian milik Wibiadila (2016) sebesar 0.019 yang tergolong signifikan moderat. Meski nilai signifikansi dan golongannya berbeda, namun dapat disimpulkan bahwa hasil kedua penelitiannya sama yaitu persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Penggunaan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung Hadi dan Novi (2015) yang memiliki hasil signifikansi sebesar 0.809 atau 80.9%, sehingga menunjukkan Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*. Dituliskan alasan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap penggunaan *Mobile Banking* bukan disebabkan karena tidak ada manfaat yang dirasakan responden, tetapi disebabkan karena tingginya manfaat yang dirasakan oleh

responden itu sendiri. Artinya *Mobile Banking* sangat bermanfaat hingga responden pun sangat merasakan manfaat pada saat menggunakan *Mobile Banking*.

Hasil yang dikeluarkan pada penelitian ini cukup baik, tetapi belum menjelaskan secara keseluruhan yang mencakup banyak sampel pengrajin kain flanel karena jumlah kuesioner yang dapat diolah yaitu kurang dari 100, sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya untuk mencari responden yang lebih banyak. Dengan responden yang lebih banyak, dapat memperluas pembahasan serta lebih mewakili sepenuhnya dalam hal lingkup pengrajin kain flanel.

4.6.2.2 Sikap Terhadap Perilaku

H02: Sikap terhadap Perilaku tidak berpengaruh positif terhadap minat Penggunaan *Mobile Banking*

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan pengujian signifikansi regresi dari variabel independen yang kedua yaitu variabel Sikap terhadap Perilaku. Hasil pengujian analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan koefisien regresi antara Sikap terhadap Perilaku dengan minat penggunaan *Mobile Banking* yaitu sebesar 0.21122 dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0.08025, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Artinya, variabel Sikap terhadap Perilaku terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*, dan arti pada nilai signifikansi (p-value) yaitu menunjukkan rentang signifikansi lemah.

Sikap yang ditimbulkan oleh responden merupakan keputusan yang terjadi karena responden terlebih dahulu memiliki kepercayaan atas penggunaan *Mobile*

Banking. Angka signifikansi yang tinggi sehingga termasuk dalam signifikansi lemah dalam penelitian ini disebabkan karena mayoritas nasabah belum terlalu mempercayai penggunaan *Mobile Banking* sepenuhnya. Artinya banyak nasabah yang masih menyimpan kekhawatiran dari layanan *Mobile Banking*. Walaupun responden telah memiliki *Mobile Banking*, masih ada beberapa responden yang masih pergi ke ATM atau bank hanya untuk memeriksa saldonya dengan tujuan memastikan pelanggannya telah mentransfer sejumlah uang. Hal ini juga disebabkan karena responden pada penelitian ini mayoritas yaitu perempuan yang memiliki sikap ragu dengan sesuatu yang ada dihadapannya. Menurut situs merdeka.com yang ditulis oleh Susanto (2013), adanya kemungkinan bahwa sebagian perempuan selalu berpikir mengenai segala sesuatu hal yang buruk, cenderung mudah khawatir, dan tidak berani dalam mengambil risiko.

Namun ada juga responden yang sepenuhnya percaya dengan transaksi-transaksi yang mereka lakukan dengan menggunakan *Mobile Banking*. Sebagian responden beranggapan bahwa menggunakan *Mobile Banking* merupakan pilihan yang baik dan merasa bahwa *Mobile Banking* baik digunakan untuk melakukan bisnis, sehingga dapat meminimalisir transaksi yang biasa dilakukan secara konvensional yaitu antri layanan bank atau bertransaksi secara langsung seperti menggunakan uang *cash*.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Marwanto (2018) yang melakukan penelitian dengan sampel mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta memiliki hasil signifikansi sebesar 0.020 atau 2%, sehingga dapat membuktikan Sikap terhadap Perilaku berpengaruh positif

signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*. Kepercayaan yang dimiliki oleh nasabah dapat memperkuat sikap terhadap perilaku. Artinya, semakin tinggi kepercayaan nasabah pada layanan *Mobile Banking*, semakin tinggi minat penggunaan *Mobile Banking*.

Penelitian selanjutnya diharapkan lebih beragam atau dapat menambah variabel gender sebagai variabel independen dengan memilih menggunakan responden semua perempuan atau semua laki-laki jika dengan populasi yang berbeda, karena dalam penelitian ini meneliti populasi pengrajin kain flanel, sehingga mayoritas responden yaitu perempuan.

4.6.2.3 Kontrol Perilaku

H03: Kontrol Perilaku tidak berpengaruh positif terhadap minat Penggunaan *Mobile Banking*

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan pengujian signifikansi regresi dari variabel independen yang ketiga yaitu variabel Kontrol Perilaku. Hasil pengujian analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan koefisien regresi antara Kontrol Perilaku dengan minat penggunaan *Mobile Banking* yaitu sebesar 0.17965 dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0.04312, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Artinya, variabel Kontrol Perilaku terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*, dan arti pada nilai signifikansi (p-value) yaitu menunjukkan rentang signifikansi moderat.

Terjadinya minat penggunaan *Mobile Banking* pada pengrajin kain flanel yang dipengaruhi oleh kontrol perilaku karena nasabah telah merasa mampu untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* tanpa bantuan seseorang. Nasabah telah

meningkatkan pemahaman dengan kemampuannya sendiri untuk memahami penggunaan *Mobile Banking* pada ponsel masing-masing. Menurut Ajzen (1991), kontrol perilaku mengacu pada persepsi seseorang terhadap kesulitan atau kemudahan untuk melaksanakan perilaku yang diinginkan, berkaitan dengan keyakinan sumber dan kesempatan yang dibutuhkan dengan mencerminkan pengalaman di masa lalu dan antisipasi terhadap hambatan dan rintangan. Artinya kontrol perilaku mencerminkan kepercayaan diri individu untuk melakukan perilaku tersebut. Ajzen (2002) juga mengatakan bahwa kontrol perilaku yang dimiliki oleh individu mempengaruhi minat atas asumsi kontrol perilaku akan memberikan implikasi motivasi pada individu tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayati (2013) yang menggunakan sampel mahasiswa Universitas Brawijaya Malang jurusan Akuntansi, serta hasil penelitian oleh Sakdiyah et al., (2019) yang menggunakan sampel mahasiswa Universitas Jember jurusan Akuntansi. Penelitian-penelitian tersebut dapat membuktikan Kontrol Perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*.

Namun, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyarini (2012) yang menunjukkan Kontrol Perilaku tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*, karena dalam penelitian tersebut menunjukkan nasabah Bank Mandiri dan Bank BCA di kota Malang merasa kesulitan dan kurang mampu untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* karena keterbatasan nasabah dalam hal pengetahuan.

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel penting lain yang akan lebih berpengaruh terhadap variabel dependen, sehingga mendapatkan hasil yang lebih bervariasi.

4.6.2.4 Pengaruh Sosial

H04: Pengaruh Sosial tidak berpengaruh positif terhadap minat Penggunaan *Mobile Banking*

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan pengujian signifikansi regresi dari variabel independen yang ke empat yaitu variabel Pengaruh Sosial. Hasil pengujian analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan koefisien regresi antara Sikap terhadap Perilaku dengan minat penggunaan *Mobile Banking* yaitu sebesar 0.09046 dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0.09579, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Artinya, variabel Pengaruh Sosial terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*, dan arti pada nilai signifikansi (p-value) yaitu menunjukkan rentang signifikansi lemah.

Menurut Venkatesh et al. (2003) Pengaruh Sosial dalam suatu penelitian yaitu meneliti seorang individu dapat mempengaruhi orang lain dalam menggunakan sistem. Hal ini diartikan semakin besar pengaruh sosial, semakin besar juga minat penggunaan *Mobile Banking*. Pengaruh sosial yang dimaksud antara lain nasabah mempunyai minat menggunakan *Mobile Banking* karena pengaruh dari keluarga, teman, atau masyarakat di sekitarnya.

Tingginya angka signifikansi sehingga termasuk dalam signifikansi lemah dalam penelitian ini disebabkan karena nasabah memiliki faktor lain dibalik alasan

selain pengaruh sosial, seperti memiliki pemahaman yang diperoleh melalui diri sendiri mengenai penggunaan *Mobile Banking*. Nasabah yakin penggunaan *Mobile Banking* merupakan hal yang bermanfaat sehingga cenderung untuk menggunakannya. Adanya manfaat besar yang ada dalam *Mobile Banking* menjadi salah satu faktor yang membuat nasabah berminat untuk menggunakannya. Sehingga pengaruh sosial memiliki signifikansi yang lemah dalam mempengaruhi minat penggunaan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Adzima dan Ariyanti (2018) yang menggunakan nasabah pengguna BRI Mobile di Purwakarta, telah membuktikan Pengaruh Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*. Namun, hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan Kumangki (2018) yang menunjukkan Pengaruh Sosial tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*. Perbedaan antara hasil penelitian ini dengan penelitian tersebut terjadi karena perbedaan lingkup responden. Penelitian tersebut menggunakan sampel mahasiswa Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan sampel pengrajin kain flanel.

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya untuk tidak menggunakan variabel Pengaruh Sosial dikarenakan variabel tersebut dapat menimbulkan hasil penelitian signifikan lemah atau mungkin dalam penelitian lain menimbulkan hasil tidak berpengaruh yang disebabkan tiap-tiap pertanyaan dalam topik Pengaruh Sosial selalu memecah subjek siapa yang memberi pengaruh kepada responden

tersebut. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti mengenai kualitas sosialisasi.

4.6.2.5 Keinovatifan Teknologi

H05: Keinovatifan Teknologi tidak berpengaruh positif terhadap minat Penggunaan *Mobile Banking*

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan pengujian signifikansi regresi dari variabel independen yang ke lima yaitu variabel Keinovatifan Teknologi. Hasil pengujian analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan koefisien regresi antara Keinovatifan Teknologi dengan minat penggunaan *Mobile Banking* yaitu sebesar 0.18622 dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0.04601, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Artinya, variabel Keinovatifan Teknologi terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*, dan arti pada nilai signifikansi (p-value) yaitu menunjukkan rentang signifikansi moderat.

Hal ini diartikan semakin besar keinovatifan teknologi, semakin besar juga minat penggunaan *Mobile Banking*. Sehingga nasabah akan selalu mencari teknologi terbaru untuk mempercepat kinerjanya dalam bekerja dengan cara memperbarui aplikasi yang dimiliki yaitu *Mobile Banking*. Pengrajin kain flanel yang menggunakan layanan *Mobile Banking* menganggap teknologi baru membantu kemajuan bisnis yang sedang dijalani. Hanya dengan memperbarui aplikasi *Mobile Banking* pada ponsel, nasabah akan mendapatkan fitur terbaru yang ditawarkan oleh Bank.

Peneliti belum menemukan penelitian yang mengaitkan variabel keinovatifan teknologi dengan minat penggunaan *Mobile Banking*. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya tetap menggunakan variabel keinovatifan teknologi dengan menggunakan minat penggunaan *Mobile Banking* sebagai variabel dependennya, sehingga mendapatkan hasil yang dapat dibandingkan dengan penelitian ini dan sebagai referensi untuk penelitian lainnya.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikansi kuat terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*.
2. Variabel Sikap terhadap Perilaku berpengaruh positif signifikansi lemah terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*.
3. Variabel Kontrol Perilaku berpengaruh positif signifikansi moderat terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*.
4. Variabel Pengaruh Sosial berpengaruh positif signifikansi lemah terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*.
5. Variabel Keinovatifan Teknologi berpengaruh positif signifikansi moderat terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, berikut ini merupakan saran-saran yang diberikan, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel independen lain yang akan lebih berpengaruh, sehingga mendapatkan hasil yang lebih luas.
2. Penelitian selanjutnya juga diharapkan menggunakan variabel dependen ini dengan menggunakan jumlah sampel yang lebih

banyak dan lingkup responden yang berbeda sehingga mendapatkan hasil yang lebih bervariasi.

3. Penelitian selanjutnya untuk tidak menggunakan variabel Pengaruh Sosial. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti mengenai kualitas sosialisasi.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memilih variabel gender sebagai variabel independen dengan memilih menggunakan responden semua perempuan atau semua laki-laki.



DAFTAR PUSTAKA

- Adzima, F., & Ariyanti, M. (2018). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Analysis of Factors Influencing Interest in Using Mobile. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1584–1592.
- Agarwal, R., & Karahanna, E. (2000). Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 24(4), 665–694. <https://doi.org/10.2307/3250951>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, 50, 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Almilia, L. S. (2006). Prediksi Kondisi Financial Distress Perusahaan Go- Public Dengan Menggunakan Analisis Multinomial, XII(1), 1–26.
- Amalia, S., Kusyanti, A., & Herlambang, A. D. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) (Studi Pada Pengguna Internet Banking BRI). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(10), 3315–3322.
- Arthana R, Y. W., & Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Informasi*, VII(1), 25–44.
- Davis, F D. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results. *Management, Ph.D.*(May), 291. <https://doi.org/oclc/56932490>
- Davis, Fred D. (1993). User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*. <https://doi.org/10.1006/imms.1993.1022>
- Diksani, I. K. A., Sinarwati, N. K., & Ari Nyoman, D. (2014). Pengaruh Keyakinan Diri Atas Komputer , Keinovatifan Personal , Persepsi Kegunaan , Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap (Studi Pada Kantor Cabang Utama Bank Central Asia Di Singaraja). *Jurnal Akuntansi Universitas Ganesha*, I(1).
- Febriana, T. (2014). Studi Penerapan Inovasi Teknologi Informasi dengan Metode Technology Watch and Competitive Intelligent (Tw-Ci). *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(1), 350.

<https://doi.org/10.21512/comtech.v5i1.2629>

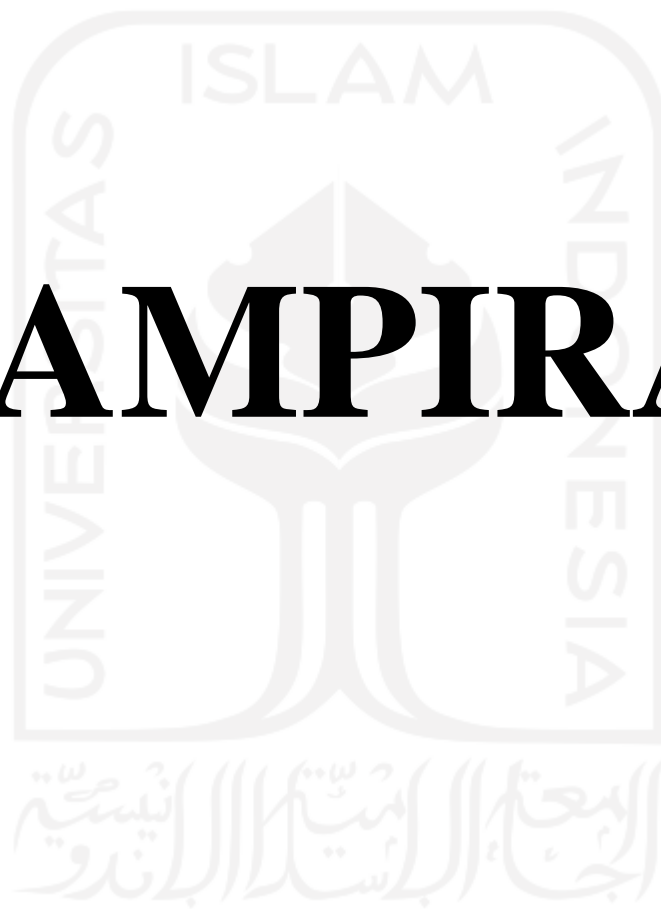
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 21 update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Hadi, S. (2017). Aplikasi dan Interpretasi Regresi OLS (Beginikah Aplikasi dan Interpretasi Regresi OLS?). *Aplikasi Dan Interpretasi Regresi OLS (Beginikah Aplikasi Dan Interpretasi Regresi OLS?)*, 1–25.
- Hadi, S., & Novi. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Hanggono, A. (2015). Analisis Atas Praktek Tam (Technology Acceptance Model) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 26(1), 86245.
- Hatta, Madani, Baihaqi, R. R. (2017). Perilaku Berbagai Pengetahuan Akuntansi Pada Dosen Akuntansi Kota Bengkulu: Pendekatan Theory Of Planned Behavior (TPB) Universitas Bengkulu kumpulan keyakinan seseorang (beliefs) persepsi dari seseorang yang berkeyakinan Selain attitude toward behavi. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 5(1), 26–44.
- Hidayati, N. A. (2013). Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku Persepsian, Pengalaman dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2).
- Kumangki, I. A. (2018). Pengaruh Adoption Barrier, Faktor Demografi Dan Social Influence Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Mengadopsi Layanan Mobile Banking.
- Kusumastuti, G. (2009). Pengukuran Kepuasan Nasabah Pengguna Sms Banking Bank Bri Jakarta Pusat Dengan Metode Importance Performance Analysis. *Jurnal Amikom Purwokerto*, 2(2).
- Marwanto, A. (2018). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146. <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>
- Prasastyo, K. W. (2015). Aplikasi Theory of Planned Behavior (TPB) Dalam Intensi Pembelian Apartemen Di Wilayah Jakarta Dengan Domisili Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 17(2), 134–142.

- Rachman, F. F. (2018). Transaksi Digital Nasabah Bank Naik Jadi 35% di 2018. Retrieved from <https://finance.detik.com/moneter/d-3888532/transaksi-digital-nasabah-bank-naik-jadi-35-di-2018>
- Rahayu, F. S., Setyohadi, D. B., & Palyama, D. (2017). Analisis Penerimaan E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 1(2), 87–98. <https://doi.org/10.21460/jutei.2017.12.20>
- Riduwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sakdiyah, L., Effendi, R., & Kustono, A. S. (2019). Analisis Penerimaan Penggunaan E-Learning dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 120. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11151>
- Setiawan, A., & Sulistiowati, L. H. (2018). Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model (Tam) Dalam E-Business. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 171. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2277>
- Shin, D. (2010). Interacting with Computers The effects of trust , security and privacy in social networking : A security-based approach to understand the pattern of adoption. *Interacting with Computers*, 22(5), 428–438. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2010.05.001>
- sikapiuangmu.ojk.go.id. (n.d.). BROSUR SERI LITERASI MUDAH DAN AMAN DENGAN INTERNET BANKING DAN MOBILE BANKING. Retrieved August 15, 2020, from <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/DetailMateri/417>
- Sudaryanti, D. S., Sahroni, N., & Kurniawati, A. (2018). Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(2), 96–107.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisler*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyarini, S. (2012). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1689–1699.
- Surendran, P. (2012). Technology Acceptance Model: A Survey of Literature, 2(4), 175–178. <https://doi.org/10.18533/ijbsr.v2i4.161>
- Sururi, A. (2017). Inovasi Kebijakan dalam Perspektif Administrasi Publik Menuju Terwujudnya Good Public Policy Governance. *Spirit Publik*, 12, 14–31. <https://doi.org/10.31227/osf.io/6djph>
- Susanto, D. A. (2013). Wanita cenderung lebih mudah khawatir dibanding pria?

Retrieved January 19, 2021 from
<https://www.merdeka.com/teknologi/wanita-cenderung-lebih-mudah-khawatir-dibanding-pria.html>

- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View, *27*(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Vijayarathy, L. R. (2004). Predicting consumer intentions to use on-line shopping: The case for an augmented technology acceptance model. *Information and Management*, *41*(6), 747–762. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.08.011>
- Völlink, T., Meertens, R., & Midden, C. J. H. (2002). Innovating “diffusion of innovation” theory: Innovation characteristics and the intention of utility companies to adopt energy conservation interventions. *Journal of Environmental Psychology*, *22*(4), 333–344. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0237>
- Wahidah, N. I., Festiana, I., & Khasanah, U. (2019). Training of Flannel Fabrics to Encourage the Creative Economy of the Wayangur District Community [Pelatihan Kain Flanel untuk Mendorong Ekonomi Kreatif Masyarakat Kecamatan Way Bungur]. *Proceeding of Community Development*, *2*, 405. <https://doi.org/10.30874/comdev.2018.403>
- Wibiadila, I. (2016). Pengaruh kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. *Management Journal*, *2*(2), 1–13.
- Widhiarso, W. (2010). Uji Linieritas Hubungan. Retrieved September 20, 2020, from http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/widhiarso_2010_-_uji_linieritas_hubungan.pdf
- Widjaja, Y. R., Fattah, N., & Hadi Senen, S. (2020). Analysis of Transformational and Transactional Leadership on Employee Performance, *13*(1), 1352–1363.
- Wingdes, I. (2018). Theory of Planned Behavior Dan Minat Wirausaha Pada Mahasiswa Ilmu Informatika di Pontianak. *Jurnal Semnasteknomedia Online*, *6*(1).

LAMPIRAN



LAMPIRAN I

KUESIONER PENELITIAN

Yth. Saudara/i Pengrajin Kain Flanel

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Saya Gianita Win Nurainina (15312162), mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi di Universitas Islam Indonesia. Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir sebagai salah satu syarat mencapai gelar strata 1 (S1), maka saya mengadakan penelitian dengan judul "Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking pada Pengusaha Kerajinan Kain Flanel". Saya memohon kesediaannya kepada saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sungguh-sungguh agar mendapatkan data yang valid. Data dan informasi yang saudara/I berikan sangat dibutuhkan untuk keberhasilan penelitian ini. Atas perhatian dan kesediaan saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Peneliti,

Gianita Win Nurainina

KUESIONER

Identitas Responden

Pertanyaan-pertanyaan berikut ini berisi identitas yang dimiliki oleh responden.

Mohon diberi tanda silang (x) pada masing-masing pertanyaan

Nama Akun Sosial Media yang digunakan untuk Usaha:

Usia:

- | | |
|----------------|----------------|
| 1) 10-20 Tahun | 4) 41-50 Tahun |
| 2) 21-30 Tahun | 5) > 50 Tahun |
| 3) 31-40 Tahun | |

Jenis Kelamin:

- 1) Laki-laki
- 2) Perempuan

Pendidikan Terakhir

- | | |
|------------|-------------------|
| 1) SMA | 4) S2 |
| 2) Diploma | 5) S3 |
| 3) S1 | 6) Lainnya: _____ |

Apakah anda sebelumnya pernah menggunakan Mobile Banking?

- 1) Sudah Pernah
- 2) Belum Pernah

Tanggapan Responden

Bacalah pertanyaan dengan teliti dan seksama. Dimohon kepada responden untuk mengusu dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan kenyataan pada diri anda

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

TOPIK 1 – Persepsi Manfaat

| NO | Pertanyaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Saya menggunakan Mobile Banking untuk mengetahui informasi saldo rekening saya | | | | | |
| 2. | Saya menggunakan Mobile Banking untuk mengetahui riwayat transaksi rekening saya | | | | | |
| 3. | Saya menggunakan Mobile Banking karena merasa transaksi lebih cepat terselesaikan | | | | | |
| 4. | Saya menggunakan Mobile Banking karena merasa transaksi jauh lebih akurat | | | | | |
| 5. | Saya menggunakan Mobile Banking karena merasa semua pekerjaan yang berhubungan dengan bank dapat saya lakukan menjadi lebih mudah | | | | | |

| NO | Pertanyaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 6. | Saya menggunakan Mobile Banking karena merasa lebih banyak keuntungan dibandingkan dengan kerugian | | | | | |
| 7. | Saya menggunakan Mobile Banking karena merasa dapat dilakukan kapan pun dan di mana pun | | | | | |
| 8. | Saya menggunakan Mobile Banking karena merasa mendapatkan manfaat secara keseluruhan | | | | | |

TOPIK 2 – Sikap terhadap Perilaku

| NO | Pertanyaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. | Saya merasa, menggunakan Mobile Banking adalah keputusan yang baik | | | | | |
| 2. | Saya merasa, menggunakan Mobile Banking sangat dianjurkan dalam menjalankan bisnis | | | | | |
| 3. | Saya merasa, Mobile Banking akan sangat diinginkan sebagai alat untuk bertransaksi | | | | | |
| 4. | Saya merasa, Mobile Banking dapat digunakan selain untuk berbisnis | | | | | |
| 5. | Saya merasa, bank perlu merekomendasikan menggunakan Mobile Banking kepada seluruh nasabah | | | | | |

TOPIK 3 – Kontrol Perilaku

| NO | Pertanyaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. | Saya menggunakan Mobile Banking karena saya memiliki pengetahuan yang memadai | | | | | |
| 2. | Saya menggunakan Mobile Banking karena saya memiliki kemampuan untuk menggunakan aplikasi tersebut | | | | | |

| NO | Pertanyaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 3. | Saya menggunakan Mobile Banking dengan baik tanpa kendala | | | | | |
| 4. | Saya menggunakan Mobile Banking tanpa bantuan seseorang | | | | | |
| 5. | Saya menggunakan Mobile Banking untuk bertransaksi atas kehendak saya | | | | | |

TOPIK 4 – Pengaruh Sosial

| NO | Pertanyaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 1. | Saya menggunakan Mobile Banking karena pengaruh dari keluarga saya | | | | | |
| 2. | Saya menggunakan Mobile Banking karena pengaruh dari teman saya | | | | | |
| 3. | Saya menggunakan Mobile Banking karena pengaruh dari lingkungan di sekitar | | | | | |
| 4. | Saya menggunakan Mobile Banking karena pengaruh media sosial | | | | | |
| 5. | Saya menggunakan Mobile Banking karena pengaruh tokoh masyarakat (Public Figure) | | | | | |
| 6. | Saya menggunakan Mobile Banking karena pihak bank memberi rekomendasi kepada saya | | | | | |
| 7. | Saya menggunakan Mobile Banking karena merasa orang-orang di sekitar saya telah menerima banyak hal positif setelah menggunakan mobile banking | | | | | |

TOPIK 5 – Keinovatifan Teknologi

| NO | Pertanyaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 1. | Saya selalu mencoba teknologi baru | | | | | |
| 2. | Saya selalu memperbarui sistem Mobile Banking yang paling baru | | | | | |

| NO | Pertanyaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 3. | Saya merasa, Mobile Banking lebih bermanfaat setelah diperbarui sistemnya | | | | | |
| 4. | Saya merasa, teknologi yang baru sangat membantu kemajuan bisnis yang saya jalani | | | | | |
| 5. | Saya merasa, pihak bank telah menyediakan aplikasi Mobile Banking sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pengusaha | | | | | |

TOPIK 6 – Minat Penggunaan

| NO | Pertanyaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. | Saya selalu melakukan transfer dana ke rekening saya yang lain atau ke rekening pemasok melalui Mobile Banking | | | | | |
| 2. | Saya selalu melakukan transaksi menggunakan Mobile Banking | | | | | |
| 3. | Saya berniat menggunakan Mobile Banking untuk mengetahui informasi saldo | | | | | |
| 4. | Saya berniat menggunakan Mobile Banking untuk mengetahui riwayat transaksi yang telah saya lakukan | | | | | |
| 5. | Saya berniat menggunakan Mobile Banking sebagai alat untuk bertransaksi di masa yang akan datang | | | | | |
| 6. | Saya berniat menggunakan Mobile Banking untuk meningkatkan efisiensi pekerjaan yang saya lakukan | | | | | |

LAMPIRAN II

TABULASI DATA

Persepsi Manfaat

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 |
|----|-----------------------|------|------|------|------|------|
| 1 | my.littlebouquet | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | giftsolo_ | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | acilshoppu18_ | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | its.flowers | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | ekapusspita | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 6 | buketbunga18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 7 | Orinfelt | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 8 | Vyza Florist | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 9 | assyitacraft | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 10 | asma_feltcraft | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 11 | snhcraft | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 |
| 12 | yogi.bouquet | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 13 | lovelt.id_flowers | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 14 | Mathali_id | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 15 | Bouquet_imuku | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 16 | Hannygaleri | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 17 | myflowerstory.id | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 18 | rucheera_craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | puppituna_flanel | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 20 | melepaskan_ | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 21 | Afra_flanelcollection | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 22 | Khansa.craft | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 23 | Araflanelbouquet | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 24 | sufigaleri | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 25 | mixcraft.mlg | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 26 | nurfancraft | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 27 | boon.florist | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 28 | El.el.flower | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 29 | erka_florist | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 30 | Eunoia_store_ | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 31 | mimos.craft | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 32 | gee.craft | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 |
|----|----------------------|------|------|------|------|------|
| 33 | fidcraft | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 34 | Nunafeltcraft | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 35 | sheshine.id | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 36 | Allout Flower | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 |
| 37 | Rey.defleur | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 38 | bouquetbycha | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 39 | Marchia florist | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 40 | keyshafa.byokt | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 41 | Raihana.florist | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 42 | ym.bouquet | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 43 | Bou_flower | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 44 | Gulderose.co | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 45 | Shalihaa.id | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 46 | Enef.craft | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 47 | bouquetdewi | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 48 | anita_bouquet | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 49 | Moimooa | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 50 | Vanillacakebali | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 51 | Toko kue sinar | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 52 | Dhiasa_feltcraft | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 53 | Binalam.bucketpky | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 54 | tiktik_store1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 55 | dianingcraft | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 56 | Buket_magelang_utara | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 57 | saveecraft.id | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 58 | Dyanadafelt | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 59 | hanataba.project | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 60 | nrllyli | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 61 | berbunga.yuk | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 62 | craftbymutiara | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 63 | shopiacreativity | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 64 | Rosys_florist | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 65 | Loveiss.flower | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 66 | bucketKlarasati428 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 67 | Athaya craft | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 68 | Anugrah_flowers | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 69 | Midu.bouquet | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 70 | Hazel77_craft | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 |
|----|--------------------|------|------|------|------|------|
| 71 | Tegar_store | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 72 | Jatiwaringin.craft | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 73 | b.florist_ | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 74 | annura_craft | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 75 | mety susanty | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 76 | ek.bouquet | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 77 | freyaflorist.id | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 78 | Bloomingbuke | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 79 | Bunda Craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 80 | iniflanel | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 81 | sugarcrafts.id | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 82 | Zns_fleurcraft | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 83 | izdihaarflanel | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 84 | Homeart_craft | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 85 | flanerich_id | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 86 | Zeinatu_ | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 87 | Everlast.id | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |

| No | Nama Akun | x1.6 | x.1.7 | x1.8 | Total | Rata2 |
|----|-------------------|------|-------|------|-------|-------|
| 1 | my.littlebouquet | 5 | 5 | 4 | 39 | 4.88 |
| 2 | giftsolo_ | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 |
| 3 | acilshoppu18_ | 4 | 4 | 4 | 36 | 4.50 |
| 4 | its.flowers | 3 | 5 | 4 | 33 | 4.13 |
| 5 | ekapusspita | 4 | 5 | 4 | 35 | 4.38 |
| 6 | buketbunga18 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 |
| 7 | Orinfelt | 3 | 4 | 4 | 32 | 4 |
| 8 | Vyza Florist | 4 | 5 | 5 | 37 | 4.63 |
| 9 | assyitacraft | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 |
| 10 | asma_feltcraft | 3 | 5 | 5 | 36 | 4.50 |
| 11 | snhcraft | 3 | 5 | 2 | 28 | 3.50 |
| 12 | yogi.bouquet | 4 | 4 | 3 | 35 | 4.38 |
| 13 | lovelt.id_flowers | 5 | 5 | 5 | 38 | 4.75 |
| 14 | Mathali_id | 3 | 5 | 3 | 33 | 4.13 |
| 15 | Bouquet_imuku | 3 | 5 | 5 | 34 | 4.25 |
| 16 | Hannygaleri | 5 | 5 | 5 | 38 | 4.75 |
| 17 | myflowerstory.id | 4 | 5 | 4 | 33 | 4.13 |
| 18 | rucheera_craft | 2 | 4 | 3 | 29 | 3.63 |

| No | Nama Akun | x1.6 | x.1.7 | x1.8 | Total | Rata2 |
|----|-----------------------|------|-------|------|-------|-------|
| 19 | puppituna_flanel | 4 | 5 | 5 | 39 | 4.88 |
| 20 | melepaskan_ | 3 | 4 | 5 | 32 | 4.00 |
| 21 | Afra_flanelcollection | 4 | 5 | 3 | 30 | 3.75 |
| 22 | Khansa.craft | 5 | 5 | 5 | 39 | 4.88 |
| 23 | Araflanelbouquet | 3 | 5 | 4 | 35 | 4.38 |
| 24 | sufigaleri | 3 | 5 | 4 | 37 | 4.63 |
| 25 | mixcraft.mlg | 4 | 5 | 5 | 39 | 4.88 |
| 26 | nurfancraft | 3 | 5 | 3 | 31 | 3.88 |
| 27 | boon.florist | 5 | 5 | 4 | 39 | 4.88 |
| 28 | El.el.flower | 4 | 4 | 4 | 34 | 4.25 |
| 29 | erka_florist | 4 | 5 | 4 | 38 | 4.75 |
| 30 | Eunoia_store_ | 4 | 5 | 4 | 38 | 4.75 |
| 31 | mimos.craft | 4 | 5 | 4 | 36 | 4.50 |
| 32 | gee.craft | 4 | 5 | 4 | 37 | 4.63 |
| 33 | fidcraft | 4 | 4 | 5 | 37 | 4.63 |
| 34 | Nunafeltcraft | 3 | 4 | 3 | 30 | 3.75 |
| 35 | sheshine.id | 3 | 4 | 3 | 30 | 3.75 |
| 36 | Allout Flower | 2 | 4 | 3 | 26 | 3.25 |
| 37 | Rey.defleur | 3 | 4 | 4 | 33 | 4.13 |
| 38 | bouquetbycha | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 |
| 39 | Marchia florist | 4 | 5 | 4 | 36 | 4.50 |
| 40 | keyshafa.byokt | 4 | 4 | 4 | 36 | 4.50 |
| 41 | Raihana.florist | 4 | 5 | 4 | 37 | 4.63 |
| 42 | ym.bouquet | 3 | 5 | 5 | 37 | 4.63 |
| 43 | Bou_flower | 4 | 5 | 4 | 37 | 4.63 |
| 44 | Gulderose.co | 3 | 5 | 3 | 34 | 4.25 |
| 45 | Shalihaa.id | 3 | 5 | 4 | 33 | 4.13 |
| 46 | Enef.craft | 5 | 5 | 4 | 38 | 4.75 |
| 47 | bouquetdewi | 3 | 5 | 5 | 38 | 4.75 |
| 48 | anita_bouquet | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 |
| 49 | Moimooa | 5 | 5 | 4 | 38 | 4.75 |
| 50 | Vanillacakebali | 5 | 5 | 5 | 39 | 4.88 |
| 51 | Toko kue sinar | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 |
| 52 | Dhiasa_feltcraft | 4 | 5 | 4 | 35 | 4.38 |
| 53 | Binalam.bucketpky | 4 | 5 | 4 | 37 | 4.63 |
| 54 | tiktik_store1 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 |
| 55 | dianingcraft | 5 | 5 | 4 | 38 | 4.75 |
| 56 | Buket_magelang_utara | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 |

| No | Nama Akun | x1.6 | x.1.7 | x1.8 | Total | Rata2 |
|----|--------------------|------|-------|------|-------|-------|
| 57 | saveecraft.id | 3 | 5 | 4 | 37 | 4.63 |
| 58 | Dyanadafelt | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 |
| 59 | hanataba.project | 3 | 5 | 4 | 36 | 4.50 |
| 60 | nrllayli | 4 | 4 | 4 | 31 | 3.88 |
| 61 | berbunga.yuk | 5 | 5 | 5 | 37 | 4.63 |
| 62 | craftbymutiara | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 |
| 63 | shopiacreativity | 1 | 4 | 3 | 24 | 3 |
| 64 | Rosys_florist | 4 | 5 | 5 | 39 | 4.88 |
| 65 | Loveiss.flower | 3 | 5 | 3 | 33 | 4.13 |
| 66 | bucketKlarasati428 | 2 | 4 | 2 | 26 | 3.25 |
| 67 | Athaya craft | 3 | 4 | 3 | 31 | 3.88 |
| 68 | Anugrah_flowers | 5 | 5 | 5 | 36 | 4.50 |
| 69 | Midu.bouquet | 4 | 4 | 4 | 31 | 3.88 |
| 70 | Hazel77_craft | 4 | 5 | 4 | 34 | 4.25 |
| 71 | Tegar_store | 3 | 4 | 4 | 30 | 3.75 |
| 72 | Jatiwaringin.craft | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 |
| 73 | b.florist_ | 5 | 5 | 5 | 39 | 4.88 |
| 74 | annura_craft | 5 | 5 | 5 | 38 | 4.75 |
| 75 | mety susanty | 3 | 5 | 4 | 35 | 4.38 |
| 76 | ek.bouquet | 5 | 5 | 5 | 39 | 4.88 |
| 77 | freyafleurist.id | 4 | 5 | 4 | 36 | 4.50 |
| 78 | Bloomingbuke | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 |
| 79 | Bunda Craft | 3 | 4 | 3 | 30 | 3.75 |
| 80 | iniflanel | 5 | 5 | 5 | 39 | 4.88 |
| 81 | sugarcrafts.id | 4 | 5 | 4 | 37 | 4.63 |
| 82 | Zns_fleurcraft | 3 | 5 | 3 | 32 | 4 |
| 83 | izdihaarflanel | 3 | 4 | 3 | 30 | 3.75 |
| 84 | Homeart_craft | 3 | 4 | 3 | 30 | 3.75 |
| 85 | flanerich_id | 5 | 5 | 4 | 39 | 4.88 |
| 86 | Zeinatu_ | 3 | 5 | 4 | 34 | 4.25 |
| 87 | Everlast.id | 4 | 5 | 4 | 35 | 4.38 |

Sikap terhadap Perilaku

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | Total | Rata2 |
|----|------------------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 1 | my.littlebouquet | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 | 4.60 |
| 2 | giftsolo_ | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | Total | Rata2 |
|----|-----------------------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 3 | acilshoppu18_ | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 4 | its.flowers | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 3.80 |
| 5 | ekapusspita | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 20 | 4.00 |
| 6 | buketbunga18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 7 | Orinfelt | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 19 | 3.80 |
| 8 | Vyza Florist | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 9 | assyitacraft | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 10 | asma_feltcraft | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 11 | snhcraft | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 21 | 4.20 |
| 12 | yogi.bouquet | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 13 | lovelt.id_flowers | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 4.80 |
| 14 | Mathali_id | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 15 | Bouquet_imuku | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 3.80 |
| 16 | Hannygaleri | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 17 | myflowerstory.id | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4.40 |
| 18 | rucheera_craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 19 | puppituna_flanel | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 20 | melepaskan_ | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 4.20 |
| 21 | Afra_flanelcollection | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 3.80 |
| 22 | Khansa.craft | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 4.60 |
| 23 | Araflanelbouquet | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 24 | sufigaleri | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4.20 |
| 25 | mixcraft.mlg | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 26 | nurfancraft | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4.20 |
| 27 | boon.florist | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 28 | El.el.flower | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4.20 |
| 29 | erka_florist | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 30 | Eunoia_store_ | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4.20 |
| 31 | mimos.craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 32 | gee.craft | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 | 4.40 |
| 33 | fidcraft | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 4.60 |
| 34 | Nunafeltcraft | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 35 | sheshine.id | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4.40 |
| 36 | Allout Flower | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 18 | 3.60 |
| 37 | Rey.defleur | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 19 | 3.80 |
| 38 | bouquetbycha | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 39 | Marchia florist | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 40 | keyshafa.byokt | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 22 | 4.40 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | Total | Rata2 |
|----|----------------------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 41 | Raihana.florist | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4.20 |
| 42 | ym.bouquet | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 43 | Bou_flower | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 44 | Gulderose.co | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 | 4.40 |
| 45 | Shalihaa.id | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 46 | Enef.craft | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 47 | bouquetdewi | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 48 | anita_bouquet | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 22 | 4.40 |
| 49 | Moimooa | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 50 | Vanillacakebali | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 51 | Toko kue sinar | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 52 | Dhiasa_feltcraft | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4.60 |
| 53 | Binalam.bucketpky | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4.20 |
| 54 | tiktik_store1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 55 | dianingcraft | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 56 | Buket_magelang_utara | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 57 | saveecraft.id | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 58 | Dyanadafelt | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 4.60 |
| 59 | hanataba.project | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4.40 |
| 60 | nrllayli | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 18 | 3.60 |
| 61 | berbunga.yuk | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 4.80 |
| 62 | craftbymutiara | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 | 4.60 |
| 63 | shopiacreativity | 3 | 3 | 3 | 5 | 2 | 16 | 3.20 |
| 64 | Rosys_florist | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 65 | Loveiss.flower | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4.20 |
| 66 | bucketKlarasati428 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 16 | 3.20 |
| 67 | Athaya craft | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 68 | Anugrah_flowers | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 4.80 |
| 69 | Midu.bouquet | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 70 | Hazel77_craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 3.80 |
| 71 | Tegar_store | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 | 3.40 |
| 72 | Jatiwaringin.craft | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 73 | b.florist_ | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 74 | annura_craft | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 4.80 |
| 75 | mety susanty | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 4.80 |
| 76 | ek.bouquet | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 4.80 |
| 77 | freyaflohist.id | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 78 | Bloomingbuke | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | Total | Rata2 |
|----|----------------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 79 | Bunda Craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 80 | iniflanel | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 19 | 3.80 |
| 81 | sugarcrafts.id | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 21 | 4.20 |
| 82 | Zns_fleurcraft | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4.20 |
| 83 | izdihaarflanel | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 84 | Homeart_craft | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 | 3.40 |
| 85 | flanerich_id | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4.40 |
| 86 | Zeinatu_ | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 20 | 4.00 |
| 87 | Everlast.id | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 21 | 4.20 |

Kontrol Perilaku

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | Total | Rata2 |
|----|-----------------------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 1 | my.littlebouquet | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 16 | 3.20 |
| 2 | giftsolo_ | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 3.80 |
| 3 | acilshoppu18_ | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 4 | its.flowers | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 16 | 3.20 |
| 5 | ekapusspita | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 19 | 3.80 |
| 6 | buketbunga18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4.20 |
| 7 | Orinfelt | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 16 | 3.20 |
| 8 | Vyza Florist | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 9 | assyitacraft | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 10 | asma_felcraft | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 11 | snhcraft | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 17 | 3.40 |
| 12 | yogi.bouquet | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 13 | 2.60 |
| 13 | lovelt.id_flowers | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 20 | 4.00 |
| 14 | Mathali_id | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 | 3.20 |
| 15 | Bouquet_imuku | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 16 | Hannygaleri | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 19 | 3.80 |
| 17 | myflowerstory.id | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 18 | rucheera_craft | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 | 3.20 |
| 19 | puppituna_flanel | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 4.60 |
| 20 | melepaskan_ | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 13 | 2.60 |
| 21 | Afra_flanelcollection | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 14 | 2.80 |
| 22 | Khansa.craft | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4.40 |
| 23 | Araflanelbouquet | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 24 | sufigaleri | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4.40 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | Total | Rata2 |
|----|----------------------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 25 | mixcraft.mlg | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4.20 |
| 26 | nurfancraft | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 18 | 3.60 |
| 27 | boon.florist | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 | 4.60 |
| 28 | El.el.flower | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 29 | erka_florist | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 30 | Eunoia_store_ | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 3.80 |
| 31 | mimos.craft | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 32 | gee.craft | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 33 | fidcraft | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 21 | 4.20 |
| 34 | Nunafeltcraft | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 35 | sheshine.id | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 15 | 3.00 |
| 36 | Allout Flower | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 16 | 3.20 |
| 37 | Rey.defleur | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 20 | 4.00 |
| 38 | bouquetbycha | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4.20 |
| 39 | Marchia florist | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 21 | 4.20 |
| 40 | keyshafa.byokt | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 20 | 4.00 |
| 41 | Raihana.florist | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 42 | ym.bouquet | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 4.60 |
| 43 | Bou_flower | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 | 4.40 |
| 44 | Gulderose.co | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 18 | 3.60 |
| 45 | Shalihaa.id | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 15 | 3.00 |
| 46 | Enef.craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4.20 |
| 47 | bouquetdewi | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 20 | 4.00 |
| 48 | anita_bouquet | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 49 | Moimooa | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 19 | 3.80 |
| 50 | Vanillacakebali | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3.00 |
| 51 | Toko kue sinar | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 4.80 |
| 52 | Dhiasa_feltcraft | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 15 | 3.00 |
| 53 | Binalam.bucketpky | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 3.80 |
| 54 | tiktik_store1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 55 | dianingcraft | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 | 4.00 |
| 56 | Buket_magelang_utara | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 57 | saveecraft.id | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 22 | 4.40 |
| 58 | Dyanadafelt | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 4.60 |
| 59 | hanataba.project | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 60 | nrllyli | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 3.60 |
| 61 | berbunga.yuk | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 | 4.60 |
| 62 | craftbymutiara | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 21 | 4.20 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | Total | Rata2 |
|----|--------------------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 63 | shopiacreativity | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 16 | 3.20 |
| 64 | Rosys_florist | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 65 | Loveiss.flower | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 | 4.00 |
| 66 | bucketKlarasati428 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 12 | 2.40 |
| 67 | Athaya craft | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 | 3.60 |
| 68 | Anugrah_flowers | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 69 | Midu.bouquet | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 | 3.60 |
| 70 | Hazel77_craft | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 | 3.40 |
| 71 | Tegar_store | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 72 | Jatiwaringin.craft | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 18 | 3.60 |
| 73 | b.florist_ | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4.20 |
| 74 | annura_craft | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 75 | mety susanty | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 76 | ek.bouquet | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 77 | freyaflorist.id | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 20 | 4.00 |
| 78 | Bloomingbuke | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 79 | Bunda Craft | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 | 3.40 |
| 80 | iniflanel | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 81 | sugarcrafts.id | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 | 4.40 |
| 82 | Zns_fleurcraft | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4.20 |
| 83 | izdihaarflanel | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3.00 |
| 84 | Homeart_craft | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 15 | 3.00 |
| 85 | flanerich_id | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 4.60 |
| 86 | Zeinatu_ | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4.20 |
| 87 | Everlast.id | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 3.60 |

Pengaruh Sosial

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 |
|----|------------------|------|------|------|------|------|
| 1 | my.littlebouquet | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| 2 | giftsolo_ | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 3 | acilshoppu18_ | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 |
| 4 | its.flowers | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 |
| 5 | ekapusspita | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 6 | buketbunga18 | 2 | 3 | 2 | 5 | 3 |
| 7 | Orinfelt | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 8 | Vyza Florist | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 |
|----|-----------------------|------|------|------|------|------|
| 9 | assyitacraft | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 |
| 10 | asma_feltcraft | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| 11 | snhcraft | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 |
| 12 | yogi.bouquet | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 13 | lovelt.id_flowers | 1 | 1 | 4 | 4 | 1 |
| 14 | Mathali_id | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 15 | Bouquet_imuku | 1 | 3 | 4 | 4 | 1 |
| 16 | Hannygaleri | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 |
| 17 | myflowerstory.id | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| 18 | rucheera_craft | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| 19 | puppituna_flanel | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 |
| 20 | melepaskan_ | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 21 | Afra_flanelcollection | 1 | 3 | 4 | 2 | 1 |
| 22 | Khansa.craft | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 23 | Araflanelbouquet | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 24 | sufigaleri | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 25 | mixcraft.mlg | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 |
| 26 | nurfancraft | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| 27 | boon.florist | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 28 | El.el.flower | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 |
| 29 | erka_florist | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 30 | Eunoiia_store_ | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 31 | mimos.craft | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 32 | gee.craft | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| 33 | fidcraft | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 34 | Nunafeltcraft | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 35 | sheshine.id | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| 36 | Allout Flower | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| 37 | Rey.defleur | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 38 | bouquetbycha | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 39 | Marchia florist | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 40 | keyshafa.byokt | 1 | 2 | 4 | 4 | 2 |
| 41 | Raihana.florist | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 42 | ym.bouquet | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 |
| 43 | Bou_flower | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 |
| 44 | Gulderose.co | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| 45 | Shalihaa.id | 1 | 2 | 4 | 5 | 1 |
| 46 | Enef.craft | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 |
|----|----------------------|------|------|------|------|------|
| 47 | bouquetdewi | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 48 | anita_bouquet | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 |
| 49 | Moimooa | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 |
| 50 | Vanillacakebali | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 |
| 51 | Toko kue sinar | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 52 | Dhiasa_feltcraft | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 53 | Binalam.bucketpky | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| 54 | tiktik_store1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 55 | Instagram | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 56 | Buket_magelang_utara | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 57 | saveecraft.id | 1 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 58 | Dyanadafelt | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 |
| 59 | hanataba.project | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 60 | nrlayli | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| 61 | berbunga.yuk | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 62 | craftbymutiara | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| 63 | shopiacreativity | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 64 | Rosys_florist | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 65 | Loveiss.flower | 3 | 1 | 2 | 5 | 1 |
| 66 | bucketKlarasati428 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 67 | Athaya craft | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 68 | Anugrah_flowers | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 69 | Midu.bouquet | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 70 | Hazel77_craft | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 71 | Tegar_store | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 72 | Jatiwaringin.craft | 5 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 73 | b.florist_ | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 74 | annura_craft | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 75 | mety susanty | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 76 | ek.bouquet | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 77 | freyaflorist.id | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 78 | Bloomingbuke | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 79 | Bunda Craft | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 80 | iniflanel | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 81 | sugarcrafts.id | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| 82 | Zns_fleurcraft | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| 83 | izdihaarflanel | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 84 | Homeart_craft | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 |
|----|--------------|------|------|------|------|------|
| 85 | flanerich_id | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| 86 | Zeinatu_ | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 87 | Everlast.id | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |

| No | Nama Akun | x1.6 | x.1.7 | Total | Rata2 |
|----|-----------------------|------|-------|-------|-------|
| 1 | my.littlebouquet | 1 | 4 | 12 | 1.71 |
| 2 | giftsolo_ | 3 | 4 | 23 | 3.29 |
| 3 | acilshoppu18_ | 4 | 4 | 16 | 2.29 |
| 4 | its.flowers | 4 | 3 | 19 | 2.71 |
| 5 | ekapusspita | 5 | 3 | 24 | 3.43 |
| 6 | buketbunga18 | 5 | 5 | 25 | 3.57 |
| 7 | Orinfelt | 3 | 3 | 21 | 3 |
| 8 | Vyza Florist | 4 | 4 | 17 | 2.43 |
| 9 | assyitacraft | 1 | 4 | 19 | 2.71 |
| 10 | asma_feltcraft | 3 | 4 | 21 | 3 |
| 11 | snhcraft | 4 | 1 | 20 | 2.86 |
| 12 | yogi.bouquet | 2 | 3 | 13 | 1.86 |
| 13 | lovelt.id_flowers | 2 | 4 | 17 | 2.43 |
| 14 | Mathali_id | 2 | 3 | 16 | 2.29 |
| 15 | Bouquet_imuku | 4 | 4 | 21 | 3 |
| 16 | Hannygaleri | 4 | 5 | 17 | 2.43 |
| 17 | myflowerstory.id | 4 | 3 | 17 | 2.43 |
| 18 | rucheera_craft | 2 | 4 | 18 | 2.57 |
| 19 | puppituna_flanel | 1 | 5 | 14 | 2 |
| 20 | melepaskan_ | 4 | 4 | 24 | 3.43 |
| 21 | Afra_flanelcollection | 5 | 3 | 19 | 2.71 |
| 22 | Khansa.craft | 4 | 4 | 22 | 3.14 |
| 23 | Araflanelbouquet | 4 | 4 | 28 | 4 |
| 24 | sufigaleri | 3 | 3 | 11 | 1.57 |
| 25 | mixcraft.mlg | 4 | 5 | 23 | 3.29 |
| 26 | nurfancraft | 1 | 4 | 13 | 1.86 |
| 27 | boon.florist | 5 | 3 | 23 | 3.29 |
| 28 | El.el.flower | 5 | 4 | 17 | 2.43 |
| 29 | erka_florist | 4 | 4 | 26 | 3.71 |
| 30 | Eunoia_store_ | 3 | 4 | 27 | 3.86 |
| 31 | mimos.craft | 4 | 3 | 22 | 3.14 |
| 32 | gee.craft | 4 | 4 | 22 | 3.14 |

| No | Nama Akun | x1.6 | x.1.7 | Total | Rata2 |
|----|----------------------|------|-------|-------|-------|
| 33 | fidcraft | 4 | 4 | 28 | 4 |
| 34 | Nunafeltcraft | 4 | 3 | 22 | 3.14 |
| 35 | sheshine.id | 1 | 4 | 12 | 1.71 |
| 36 | Allout Flower | 3 | 3 | 19 | 2.71 |
| 37 | Rey.defleur | 3 | 2 | 15 | 2.14 |
| 38 | bouquetbycha | 5 | 3 | 18 | 2.57 |
| 39 | Marchia florist | 2 | 4 | 24 | 3.43 |
| 40 | keyshafa.byokt | 5 | 2 | 20 | 2.86 |
| 41 | Raihana.florist | 1 | 2 | 10 | 1.43 |
| 42 | ym.bouquet | 4 | 3 | 21 | 3 |
| 43 | Bou_flower | 5 | 5 | 28 | 4 |
| 44 | Gulderose.co | 5 | 3 | 22 | 3.14 |
| 45 | Shalihaa.id | 5 | 5 | 23 | 3.29 |
| 46 | Enef.craft | 5 | 5 | 33 | 4.71 |
| 47 | bouquetdewi | 5 | 3 | 28 | 4 |
| 48 | anita_bouquet | 1 | 2 | 11 | 1.57 |
| 49 | Moimoaa | 4 | 5 | 22 | 3.14 |
| 50 | Vanillacakebali | 5 | 5 | 31 | 4.43 |
| 51 | Toko kue sinar | 5 | 5 | 34 | 4.86 |
| 52 | Dhiasa_feltcraft | 5 | 5 | 30 | 4.29 |
| 53 | Binalam.bucketpky | 3 | 4 | 21 | 3 |
| 54 | tiktik_store1 | 4 | 4 | 18 | 2.57 |
| 55 | Instagram | 2 | 2 | 12 | 1.71 |
| 56 | Buket_magelang_utara | 3 | 4 | 22 | 3.14 |
| 57 | saveecraft.id | 1 | 5 | 23 | 3.29 |
| 58 | Dyanadafelt | 4 | 5 | 25 | 3.57 |
| 59 | hanataba.project | 2 | 4 | 23 | 3.29 |
| 60 | nrllyli | 4 | 4 | 24 | 3.43 |
| 61 | berbunga.yuk | 4 | 4 | 27 | 3.86 |
| 62 | craftbymutiara | 2 | 5 | 29 | 4.14 |
| 63 | shopiacreativity | 2 | 3 | 10 | 1.43 |
| 64 | Rosys_florist | 5 | 5 | 30 | 4.29 |
| 65 | Loveiss.flower | 5 | 3 | 20 | 2.86 |
| 66 | bucketKlarasati428 | 4 | 2 | 16 | 2.29 |
| 67 | Athaya craft | 4 | 4 | 23 | 3.29 |
| 68 | Anugrah_flowers | 2 | 2 | 11 | 1.57 |
| 69 | Midu.bouquet | 3 | 3 | 22 | 3.14 |
| 70 | Hazel77_craft | 4 | 2 | 15 | 2.14 |

| No | Nama Akun | x1.6 | x.1.7 | Total | Rata2 |
|----|--------------------|------|-------|-------|-------|
| 71 | Tegar_store | 5 | 3 | 20 | 2.86 |
| 72 | Jatiwaringin.craft | 5 | 4 | 23 | 3.29 |
| 73 | b.florist_ | 3 | 4 | 26 | 3.71 |
| 74 | annura_craft | 2 | 2 | 11 | 1.57 |
| 75 | mety susanty | 4 | 1 | 12 | 1.71 |
| 76 | ek.bouquet | 4 | 4 | 21 | 3 |
| 77 | freyaflorist.id | 5 | 4 | 26 | 3.71 |
| 78 | Bloomingbuke | 5 | 5 | 15 | 2.14 |
| 79 | Bunda Craft | 3 | 3 | 21 | 3 |
| 80 | iniflanel | 2 | 3 | 17 | 2.43 |
| 81 | sugarcrafts.id | 4 | 4 | 22 | 3.14 |
| 82 | Zns_fleurcraft | 5 | 4 | 23 | 3.29 |
| 83 | izdihaarflanel | 3 | 4 | 22 | 3.14 |
| 84 | Homeart_craft | 3 | 3 | 14 | 2 |
| 85 | flanerich_id | 1 | 1 | 9 | 1.29 |
| 86 | Zeinatu_ | 3 | 4 | 17 | 2.43 |
| 87 | Everlast.id | 4 | 3 | 24 | 3.43 |

Keinovatifan Teknologi

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | Total | Rata2 |
|----|-------------------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 1 | my.littlebouquet | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 2 | giftsolo_ | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 3 | acilshoppu18_ | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 4 | its.flowers | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 5 | ekapusspita | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 6 | buketbunga18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4.40 |
| 7 | Orinfelt | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 | 3.20 |
| 8 | Vyza Florist | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4.20 |
| 9 | assyitacraft | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 10 | asma_feltcraft | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 21 | 4.20 |
| 11 | snhcraft | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 13 | 2.60 |
| 12 | yogi.bouquet | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 11 | 2.20 |
| 13 | lovelt.id_flowers | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 21 | 4.20 |
| 14 | Mathali_id | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 | 3.20 |
| 15 | Bouquet_imuku | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4.20 |
| 16 | Hannygaleri | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 21 | 4.20 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | Total | Rata2 |
|----|-----------------------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 17 | myflowerstory.id | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 18 | rucheera_craft | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 17 | 3.40 |
| 19 | puppituna_flanel | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4.20 |
| 20 | melepaskan_ | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 | 3.40 |
| 21 | Afra_flanelcollection | 3 | 2 | 2 | 5 | 4 | 16 | 3.20 |
| 22 | Khansa.craft | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4.40 |
| 23 | Araflanelbouquet | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 24 | sufigaleri | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 4.80 |
| 25 | mixcraft.mlg | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 21 | 4.20 |
| 26 | nurfancraft | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 11 | 2.20 |
| 27 | boon.florist | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 28 | El.el.flower | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 29 | erka_florist | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 30 | Eunoia_store_ | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 31 | mimos.craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 32 | gee.craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 33 | fidcraft | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 34 | Nunafeltcraft | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 3.80 |
| 35 | sheshine.id | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 13 | 2.60 |
| 36 | Allout Flower | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 3.60 |
| 37 | Rey.defleur | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 | 3.60 |
| 38 | bouquetbycha | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4.20 |
| 39 | Marchia florist | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 20 | 4.00 |
| 40 | keyshafa.byokt | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 22 | 4.40 |
| 41 | Raihana.florist | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 42 | ym.bouquet | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 43 | Bou_flower | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 44 | Gulderose.co | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4.20 |
| 45 | Shalihaa.id | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 17 | 3.40 |
| 46 | Enef.craft | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 47 | bouquetdewi | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 | 4.40 |
| 48 | anita_bouquet | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 49 | Moimooa | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 | 4.60 |
| 50 | Vanillacakebali | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4.80 |
| 51 | Toko kue sinar | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4.40 |
| 52 | Dhiasa_feltcraft | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 19 | 3.80 |
| 53 | Binalam.bucketpky | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 54 | tiktik_store1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 3.80 |

| No | Nama Akun | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | Total | Rata2 |
|----|----------------------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 55 | dianingcraft | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 3.80 |
| 56 | Buket_magelang_utara | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 3.20 |
| 57 | saveecraft.id | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4.60 |
| 58 | Dyanadafelt | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 59 | hanataba.project | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 60 | nrllyli | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 61 | berbunga.yuk | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 62 | craftbymutiara | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 63 | shopiacreativity | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 15 | 3.00 |
| 64 | Rosys_florist | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4.40 |
| 65 | Loveiss.flower | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 66 | bucketKlarasati428 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 14 | 2.80 |
| 67 | Athaya craft | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3.80 |
| 68 | Anugrah_flowers | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 3.80 |
| 69 | Midu.bouquet | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 70 | Hazel77_craft | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 18 | 3.60 |
| 71 | Tegar_store | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 19 | 3.80 |
| 72 | Jatiwaringin.craft | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 | 4.40 |
| 73 | b.florist_ | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4.40 |
| 74 | annura_craft | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 | 3.20 |
| 75 | mety susanty | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 22 | 4.40 |
| 76 | ek.bouquet | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 4.60 |
| 77 | freyaflorest.id | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 21 | 4.20 |
| 78 | Bloomingbuke | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5.00 |
| 79 | Bunda Craft | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 3.60 |
| 80 | iniflanel | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4.00 |
| 81 | sugarcrafts.id | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 2.80 |
| 82 | Zns_fleurcraft | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 21 | 4.20 |
| 83 | izdihaarflanel | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 | 3.20 |
| 84 | Homeart_craft | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3.00 |
| 85 | flanerich_id | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 4.80 |
| 86 | Zeinatu_ | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4.40 |
| 87 | Everlast.id | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4.20 |

Minat Penggunaan

| No | Nama Akun | X1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | x1.6 | Total | Rata2 |
|----|---------------------------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 1 | my.littlebouquet | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 25 | 4.17 |
| 2 | giftsolo_ | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 3 | acilshoppu18_ | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 3.33 |
| 4 | its.flowers | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 21 | 3.5 |
| 5 | ekapusspita | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4.67 |
| 6 | buketbunga18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 7 | Orinfelt | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 | 3.67 |
| 8 | Vyza Florist | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 27 | 4.5 |
| 9 | assyitacraft | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 26 | 4.33 |
| 10 | asma_feltcraft | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 22 | 3.67 |
| 11 | snhcraft | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 22 | 3.67 |
| 12 | yogi.bouquet | 1 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 23 | 3.83 |
| 13 | lovelt.id_flowers | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4.17 |
| 14 | Mathali_id | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 21 | 3.5 |
| 15 | Bouquet_imuku | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 | 3.83 |
| 16 | Hannygaleri | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 26 | 4.33 |
| 17 | myflowerstory.id | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 18 | rucheera_craft | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 | 3.67 |
| 19 | puppituna_flanel | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 20 | melepaskan_ | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 22 | 3.67 |
| 21 | Afra_flanel collection | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 22 | 3.67 |
| 22 | Khansa.craft | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4.67 |
| 23 | Araflanelbouquet | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 24 | sufigaleri | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 26 | 4.33 |
| 25 | mixcraft.mlg | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4.67 |
| 26 | nurfancraft | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 | 3.67 |
| 27 | boon.florist | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 28 | El.el.flower | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 29 | erka_florist | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 30 | Eunoia_store_ | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 31 | mimos.craft | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 | 4.33 |
| 32 | gee.craft | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 | 4.83 |
| 33 | fidcraft | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 34 | Nunafeltcraft | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 | 3.67 |
| 35 | sheshine.id | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 | 2.83 |
| 36 | Allout Flower | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 5 | 19 | 3.17 |

| No | Nama Akun | X1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | x1.6 | Total | Rata2 |
|----|-----------------------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 37 | Rey.defleur | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 | 4.17 |
| 38 | bouquetbycha | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 39 | Marchia florist | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 40 | keyshafa.byokt | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 | 4.17 |
| 41 | Raihana.florist | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 | 4.5 |
| 42 | ym.bouquet | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 43 | Bou_flower | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 | 4.5 |
| 44 | Gulderose.co | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4.67 |
| 45 | Shalihaa.id | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 3.83 |
| 46 | Enef.craft | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 47 | bouquetdewi | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 48 | anita_bouquet | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 | 4.83 |
| 49 | Moimooa | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4.17 |
| 50 | Vanillacakebali | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 26 | 4.33 |
| 51 | Toko kue sinar | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 52 | Dhiasa_feltcraft | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 23 | 3.83 |
| 53 | Binalam.bucketpky | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 54 | tiktik_store1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 25 | 4.17 |
| 55 | dianingcraft | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 | 3.83 |
| 56 | Buket_magelang_ utara | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 3 |
| 57 | saveecraft.id | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 26 | 4.33 |
| 58 | Dyanadafelt | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 | 4.83 |
| 59 | hanataba.project | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4.67 |
| 60 | nrllyli | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 | 3.67 |
| 61 | berbunga.yuk | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 62 | craftbymutiara | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 63 | shopiacreativity | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 12 | 2 |
| 64 | Rosys_florist | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 65 | Loveiss.flower | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 66 | bucketKlarasati428 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 16 | 2.67 |
| 67 | Athaya craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 68 | Anugrah_flowers | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 | 3.67 |
| 69 | Midu.bouquet | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 | 4.17 |
| 70 | Hazel77_craft | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 | 4.67 |
| 71 | Tegar_store | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 3 |
| 72 | Jatiwaringin.craft | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 73 | b.florist_ | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 | 4.83 |

| No | Nama Akun | X1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | x1.6 | Total | Rata2 |
|----|-----------------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 74 | annura_craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 75 | mety susanty | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 76 | ek.bouquet | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4.67 |
| 77 | freyaflorist.id | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 24 | 4 |
| 78 | Bloomingbuke | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4.67 |
| 79 | Bunda Craft | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 20 | 3.33 |
| 80 | iniflanel | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 25 | 4.17 |
| 81 | sugarcrafts.id | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 82 | Zns_fleurcraft | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 23 | 3.83 |
| 83 | izdihaarflanel | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 | 3.67 |
| 84 | Homeart_craft | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 | 3.83 |
| 85 | flanerich_id | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 | 4.5 |
| 86 | Zeinatu_ | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 25 | 4.17 |
| 87 | Everlast.id | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 23 | 3.83 |



LAMPIRAN III
UJI KUALITAS DATA
UJI VALIDITAS

| Variabel | Item | t-hitung | r-hitung | Hasil |
|------------------------------|-------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Persepsi Manfaat (X1) | X1.1 | 8.831 | 0.6638 | valid |
| | X1.2 | 6.925 | 0.5712 | valid |
| | X1.3 | 9.411 | 0.6871 | valid |
| | X1.4 | 9.135 | 0.6763 | valid |
| | X1.5 | 9.905 | 0.7055 | valid |
| | X1.6 | 13.66 | 0.8083 | valid |
| | X1.7 | 8.591 | 0.6535 | valid |
| | X1.8 | 13.45 | 0.8039 | valid |
| Sikap terhadap Perilaku (X2) | X2.1 | 10.786 | 0.7350 | valid |
| | X2.2 | 11.988 | 0.7694 | valid |
| | X2.3 | 11.577 | 0.7584 | valid |
| | X2.4 | 9.276 | 0.6819 | valid |
| | X2.5 | 10.668 | 0.7313 | valid |
| Kontrol Perilaku (X3) | X3.1 | 11.889 | 0.7668 | valid |
| | X3.2 | 15.670 | 0.8442 | valid |
| | X3.3 | 11.199 | 0.7475 | valid |
| | X3.4 | 12.434 | 0.7808 | valid |
| | X3.5 | 11.051 | 0.7431 | valid |
| Pengaruh Sosial (X4) | X4.1 | 11.6521 | 0.7604 | valid |
| | X4.2 | 14.094 | 0.8169 | valid |
| | X4.3 | 12.143 | 0.7735 | valid |
| | X4.4 | 10.126 | 0.7132 | valid |
| | X4.5 | 10.861 | 0.7373 | valid |
| | X4.6 | 6.997 | 0.5752 | valid |
| | X4.7 | 6.812 | 0.5649 | valid |
| Keinovatifan Teknologi (X5) | X5.1 | 15.165 | 0.8361 | valid |
| | X5.2 | 13.579 | 0.8066 | valid |
| | X5.3 | 12.192 | 0.7747 | valid |
| | X5.4 | 13.842 | 0.8120 | valid |
| | X5.5 | 9.043 | 0.6725 | valid |
| Minat Penggunaan (Y) | Y1 | 13.190 | 0.798 | valid |
| | Y2 | 12.283 | 0.777 | valid |
| | Y3 | 14.735 | 0.828 | valid |
| | Y4 | 124.038 | 0.814 | valid |

| Variabel | Item | t-hitung | r-hitung | Hasil |
|----------|------|----------|----------|-------|
| | Y5 | 12.685 | 0.786 | valid |
| | Y6 | 8.344 | 0.642 | valid |



UJI RELIABILITAS

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|-------------------------|-------------------------|------------|
| Persepsi Manfaat | 0.8403 | reliabel |
| Sikap terhadap Perilaku | 0.7797 | reliabel |
| Kontrol Perilaku | 0.8273 | reliabel |
| Pengaruh Sosial | 0.8310 | reliabel |
| Keinovatifan Teknologi | 0.8392 | reliabel |
| Minat Penggunaan | 0.8578 | reliabel |



LAMPIRAN IV

ANALISIS DESKRIPTIF

| Variabel | N | Min | Max | Mean | <i>Standar Deviasi</i> | Median |
|-------------------------|----|-----|-----|---------|------------------------|--------|
| Persepsi Manfaat | 87 | 3 | 5 | 4.44926 | 0.4667 | 4.5 |
| Sikap terhadap Perilaku | 87 | 3.2 | 5 | 4.37228 | 0.4947 | 4.4 |
| Kontrol Perilaku | 87 | 2.4 | 5 | 3.99208 | 0.6241 | 4 |
| Pengaruh Sosial | 87 | 1 | 5 | 2.86846 | 0.8348 | 3 |
| Keinovatifan Teknologi | 87 | 2.2 | 5 | 4.0019 | 0.6257 | 4 |
| Minat Penggunaan | 87 | 2 | 5 | 4.1551 | 0.6237 | 4.1 |



LAMPIRAN V

UJI ASUMSI KLASIK

UJI MULTIKOLINEARITAS

| | <i>PM</i> | <i>STP</i> | <i>KP</i> | <i>PS</i> | <i>KT</i> |
|-----|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|
| PM | 1 | | | | |
| STP | 0.74988 | 1 | | | |
| KP | 0.62336 | 0.47490 | 1 | | |
| PS | 0.21021 | 0.27594 | 0.03829 | 1 | |
| KT | 0.66624 | 0.52937 | 0.59026 | 0.35697 | 1 |

UJI HETEROSKEDASTISITAS

| Variabel | Signifikan | Simpulan |
|------------------------------|------------|----------|
| Persepsi Manfaat (X1) | 0.3958 | bebas |
| Sikap terhadap Perilaku (X3) | 0.5277 | bebas |
| Kontrol Perilaku (X5) | 0.6163 | bebas |
| Pengaruh Sosial (X6) | 0.4436 | bebas |
| Keinovatifan Teknologi (X7) | 0.4983 | bebas |

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 87 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.08754254 |
| | Absolute | .057 |
| Most Extreme Differences | Positive | .052 |
| | Negative | -.057 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .528 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .943 |

UJI LINEARITAS

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|---------|------|
| MP * PM | | (Combined) | 806.964 | 14 | 57.640 | 11.078 | .000 |
| | Between Groups | Linearity | 697.992 | 1 | 697.992 | 134.149 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 108.972 | 13 | 8.382 | 1.611 | .102 |
| | Within Groups | | 374.623 | 72 | 5.203 | | |
| | Total | | 1181.586 | 86 | | | |

Sumber: data primer diolah, 2020

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| MP * STP | | (Combined) | 622.142 | 9 | 69.127 | 9.514 | .000 |
| | Between Groups | Linearity | 548.050 | 1 | 548.050 | 75.432 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 74.092 | 8 | 9.261 | 1.275 | .269 |
| | Within Groups | | 559.445 | 77 | 7.266 | | |
| | Total | | 1181.586 | 86 | | | |

Sumber: data primer diolah, 2020

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| MP * KP | | (Combined) | 590.254 | 13 | 45.404 | 5.605 | .000 |
| | Between Groups | Linearity | 440.481 | 1 | 440.481 | 54.377 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 149.773 | 12 | 12.481 | 1.541 | .129 |
| | Within Groups | | 591.332 | 73 | 8.100 | | |
| | Total | | 1181.586 | 86 | | | |

Sumber: data primer diolah, 2020

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| MP * PS | Between Groups | (Combined) | 462.583 | 24 | 19.274 | 1.662 | .056 |
| | | Linearity | 120.810 | 1 | 120.810 | 10.418 | .002 |

| | | | | | | |
|--|--------------------------|----------|----|--------|-------|------|
| | Deviation from Linearity | 341.773 | 23 | 14.860 | 1.281 | .218 |
| | Within Groups | 719.003 | 62 | 11.597 | | |
| | Total | 1181.586 | 86 | | | |

Sumber: data primer diolah, 2020

ANOVA Table

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|--------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| MP * KT | (Combined) | 693.793 | 13 | 53.369 | 7.987 | .000 |
| | Between Groups | 546.482 | 1 | 546.482 | 81.783 | .000 |
| | Linearity | 147.311 | 12 | 12.276 | 1.837 | .058 |
| | Deviation from Linearity | 487.794 | 73 | 6.682 | | |
| | Within Groups | 1181.586 | 86 | | | |
| | Total | | | | | |

Sumber: data primer diolah, 2020

Tabel Rangkuman

| Variabel Bebas | Variabel Dependen | Deviation from Linearity | α | Kesimpulan |
|-------------------------------|-----------------------|--------------------------|----------|------------|
| Persepsi Manfaat (PM) | Minat Penggunaan (MP) | 0.102 | 0.05 | Linear |
| Sikap terhadap Perilaku (STP) | | 0.269 | | Linear |
| Kontrol Perilaku (KP) | | 0.129 | | Linear |
| Pengaruh Sosial (PS) | | 0.218 | | Linear |
| Keinovatifan Teknologi (KT) | | 0.058 | | Linear |

LAMPIRAN VI

UJI HIPOTESIS

UJI REGRESI

SUMMARY OUTPUT

| <i>Regression Statistics</i> | |
|------------------------------|--------|
| Multiple R | 0.8254 |
| R Square | 0.6814 |
| Adjusted R Square | 0.6617 |
| Standard Error | 0.3592 |
| Observations | 87 |

| ANOVA | | | | | |
|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------------------|
| | <i>df</i> | <i>SS</i> | <i>MS</i> | <i>F</i> | <i>Significance F</i> |
| Regression | 5 | 22.3650 | 4.4730 | 34.6486 | 8.82714E-19 |
| Residual | 81 | 10.4568 | 0.1291 | | |
| Total | 86 | 32.8218 | | | |

| | <i>Coefficients</i> | <i>Standard Error</i> | <i>t Stat</i> | <i>P-value</i> |
|-----------|---------------------|-----------------------|---------------|----------------|
| Intercept | -0.64535 | 0.38243 | -1.6875 | 0.09535 |
| PM | 0.49087 | 0.14798 | 3.31707 | 0.00136 |
| STP | 0.21122 | 0.11923 | 1.77144 | 0.08025 |
| KP | 0.17965 | 0.08742 | 2.05485 | 0.04312 |
| PS | 0.09046 | 0.05368 | 1.68524 | 0.09579 |
| KT | 0.18622 | 0.09189 | 2.02644 | 0.04601 |