

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi merupakan hal yang tidak terlepas dari kehidupan manusia sehari-hari, baik dalam pekerjaan, sekolah maupun untuk sekedar hiburan. Teknologi berkembang sangat cepat, salah satu fenomena yang menarik dari teknologi adalah munculnya *internet*. Walaupun *internet* tidak dapat dikatakan barang baru, tetapi kemunculannya telah merubah perilaku masyarakat, khususnya yang berhubungan dengan informasi dan komunikasi. Perkembangan *internet* yang cepat juga mengakibatkan informasi yang ada menjadi tumpah ruah, terkadang sangat sulit untuk membedakan antara data-data yang dapat dijadikan informasi, dan data-data yang merupakan *junk*. Banyak lembaga atau organisasi menyadari manfaat yang besar dari penggunaan *internet* ini, salah satunya adalah bank.

Pengadopsian perkembangan teknologi internet oleh industri perbankan digunakan untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Bank menyediakan fasilitas *internet banking* yang ditunjang dengan keamanan dan kemudahan bagi para nasabahnya. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media internet adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking*

yang berbasis *handphone* (*phone banking*), penggunaan ATM (*Automatic Teller Machine*), kartu kredit dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar.

Saat ini *internet banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk *delivery* maupun untuk persaingan antar bank. *Online banking* diperkenalkan sebagai *channel* dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui *website* bank. Nasabah dapat melakukan transaksi *non cash* setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer (jaringan internet). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi *internet banking* diharapkan dapat menekan *transactional cost* dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank. *Internet banking* dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi *online* beberapa diantaranya yaitu: 1) untuk mengecek saldo rekening dan *history* transaksi bank; 2) membayar macam-macam tagihan; 3) transfer antar *account*. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai kebutuhan setiap nasabah, karena *internet banking* adalah *customer based* sehingga pangsa pasar yang dilayani diharapkan akan semakin luas.

Dalam sistem informasi manajemen salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang pertama kali dikemukakan oleh Davis (1986). TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM merupakan satu di antara banyak model

penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi (*perceived ease of use*). Risiko (*risk*) transaksi dan kelengkapan fitur layanan *internet banking* merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya (*virtual*) karena jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan *teller/customer service* dan banyak hal yang dipertimbangkan nasabah bank dalam transaksi melalui *online banking*. Variabel risiko dan fitur layanan ditambahkan untuk melihat bagaimana perilaku nasabah bank untuk menggunakan *internet banking* ini.

Para pengusaha di Indonesia masih banyak yang menggunakan *internet banking* hanya sekedar melihat saldo. Oleh sebab itu bank perlu meningkatkan strategi agar semakin banyak nasabah yang menggunakan internet dengan tujuan agar *value* yang diberikan nasabah bank semakin tinggi. Transaksi *e-payment* dapat lebih dikembangkan dalam aktivitas bisnis sehingga nasabah bank benar-benar merasakan manfaat *internet banking* ini. Suatu produk atau jasa mungkin sudah tersedia untuk beberapa waktu, tetapi yang penting bagi bank adalah memahami perilaku konsumen belajar tentang produk untuk pertama kalinya dan memutuskan apakah akan mengadopsinya, karena fasilitas *internet banking* tergolong baru bagi masyarakat.

Mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen menggunakan fasilitas yang telah disediakan bank, diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang maksimal bagi konsumen, pada akhirnya memberikan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) bagi perusahaan. Untuk tujuan meningkatkan pertumbuhan dan mempertahankan eksistensi, suatu perusahaan harus secara berkelanjutan melakukan improvisasi terhadap produk yang sudah ada dan secara periodik mengembangkan produk baru. Studi pemasaran tentang adopsi produk juga sangat penting karena rendahnya tingkat kesuksesan produk baru dalam memasuki pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap menggunakan teknologi (*internet banking*) di kalangan pengusaha di sentra industri kulit Manding Yogyakarta. Sentra industri kerajinan kulit yang berlokasi di Jalan Parangtritis km 11,5 Kabupaten Bantul, ini telah berkembang sejak tahun 70an. Meskipun pada tahun 1998 sempat mengalami penurunan yang diakibatkan oleh krisis ekonomi yang melanda Indonesia, sentra usaha kerajinan kulit ini masih bertahan hingga kini. Di tempat ini dijual berbagai macam barang yang terbuat dari kulit. Berkembangnya usaha di sentra industri kulit Manding ini berdampak pada kebutuhan akan cara-cara pembayaran yang praktis untuk menyelesaikan transaksinya. Tentu kemudahan bertransaksi melalui *internet banking* merupakan salah satu cara dan upaya para bankir untuk meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan bank tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka kiranya perlu dilakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KEMUDAHAN, RISIKO DAN FITUR**

LAYANAN TERHADAP SIKAP PENGUSAHA SEPATU DAN AKSESORIS KULIT DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* (Studi pada Pengusaha Sepatu dan Aksesoris Kulit di Sentra Industri Kulit Manding Yogyakarta)”.

1.2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang dapat digambarkan dalam penelitian ini yaitu :
Bagaimana pengaruh antara persepsi teknologi informasi yang meliputi kemudahan, risiko, dan fitur layanan terhadap sikap para pengusaha sepatu dan aksesoris kulit dalam menggunakan *internet banking*?

1.3. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah, maka penelitian ini dibatasi pada penggunaan data primer berupa kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian ini yang diisi oleh pengusaha sepatu dan aksesoris kulit di Manding Yogyakarta.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan terhadap sikap para pengusaha sepatu dan aksesoris kulit dalam menggunakan *internet banking*.
2. Untuk menganalisis pengaruh risiko terhadap sikap para pengusaha sepatu dan aksesoris kulit dalam menggunakan *internet banking*.

3. Untuk menganalisis pengaruh fitur layanan terhadap sikap para pengusaha sepatu dan aksesoris kulit dalam menggunakan *internet banking*.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan serta melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan, terutama yang berkaitan dengan persepsi teknologi informasi, kemudahan, risiko dan fitur layanan serta pengaruhnya terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

2. Bagi Pengusaha Sepatu dan aksesoris kulit

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pengusaha tentang kemudahan dan praktis dalam bertransaksi.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 (lima) bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, pembatasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, kemudian hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi variabel penelitian dan definisi operasional variabel, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil dan pembatasan penelitian yang menguraikan analisis menyeluruh atas penelitian yang dilaksanakan beserta pembahasan hipotesisnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teknologi Informasi

2.1.1. Pengertian Teknologi Informasi

Menurut Oxford (1995) mendefinisikan teknologi informasi adalah studi atau penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer untuk menyimpan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi dalam bentuk apapun termasuk kata-kata, bilangan, dan gambar. Sedangkan menurut Alter (1992) teknologi informasi mencakup perangkat keras dan perangkat lunak untuk melaksanakan satu atau sejumlah tugas pemrosesan data seperti menangkap, mentransmisikan, menyimpan, mengambil, memanipulasi, atau menampilkan data.

Martin (1999) mendefinisikan teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi. Secara lebih umum, Lucas (1999) menyatakan bahwa teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik.

2.1.2. Lingkup Teknologi Informasi

Teknologi informasi dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian, yaitu perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*). Perangkat keras

menyangkut peralatan-peralatan yang bersifat fisik, seperti *memory*, *printer* dan *keyboard*. Adapun perangkat lunak meliputi : instruksi-instruksi untuk mengatur perangkat keras agar bekerja sesuai dengan tujuan instruksi tersebut (Kadir, 2003). Sedangkan Haag (2000) membagi teknologi informasi menjadi 6 kelompok antara lain :

1. Teknologi masukan (*input*)

Segala perangkat yang digunakan untuk menangkap data/informasi dari sumber asalnya.

2. Teknologi keluaran (*output*)

Supaya informasi dapat diterima oleh pemakai, informasi perlu disajikan dalam berbagai bentuk baik kertas dengan menggunakan printer maupun melalui media penyimpanan, seperti *harddisk*, CD dan lain sebagainya.

3. Teknologi perangkat lunak (*software*)

Untuk menciptakan informasi diperlukan perangkat lunak atau program. Program adalah sekumpulan instruksi yang digunakan untuk mengendalikan perangkat keras komputer.

4. Teknologi penyimpan (*storage*)

Teknologi penyimpan menyangkut segala peralatan yang digunakan untuk menyimpan data.

5. Teknologi telekomunikasi (*telecommunication*)

Teknologi telekomunikasi merupakan teknologi yang memungkinkan hubungan jarak jauh. Internet dan ATM merupakan contoh teknologi yang memanfaatkan teknologi telekomunikasi.

6. Teknologi pemroses (*process*)

Mesin pemroses adalah bagian penting dalam teknologi informasi yang berfungsi untuk mengingat data/program berupa komponen memori dan mengeksekusi program berupa komponen CPU.

2.1.3. Peranan Teknologi Informasi

Teknologi informasi memainkan peranan penting dalam perekayasaan ulang dalam proses bisnis. Kecepatan, kemampuan pemrosesan informasi dan konektivitas komputer serta teknologi internet dapat secara mendasar meningkatkan efisiensi para bisnis, seperti juga meningkatkan komunikasi dan kerjasama (O Brien, 2005: 76).

Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia saat ini sangat besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama bagi kegiatan-kegiatan bisnis, memberikan andil besar terhadap perubahan mendasar pada struktur, operasi dan manajemen organisasi. Menurut Kadir (2003), peranan teknologi informasi meliputi :

1. Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam tugas ini, teknologi informasi melakukan otomasi terhadap suatu tugas atau proses.
2. Teknologi informasi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.
3. Teknologi informasi berperan dalam restrukturisasi terhadap peran manusia. Dalam hal ini, teknologi berperan dalam melakukan perubahan-perubahan terhadap sekumpulan tugas atau proses.

2.1.4. Strategi Teknologi Informasi Menuju Keunggulan Kompetitif

Pemanfaatan teknologi informasi yang maksimal dapat digunakan untuk membentuk strategi menuju keunggulan yang kompetitif (O'Brien, 2005), dengan cara:

1. Strategi biaya : meminimalisir biaya/memberikan harga yang lebih murah terhadap pelanggan, menurunkan biaya dari pemasok, dan meningkatkan biaya pesaing untuk tetap bertahan di industri.
2. Strategi diferensiasi : mengembangkan cara-cara untuk membedakan produk/jasa yang dihasilkan perusahaan terhadap pesaing, sehingga pelanggan menggunakan produk/jasa karena adanya manfaat atau fitur yang unik.
3. Strategi inovasi : memperkenalkan produk/jasa yang unik, atau membuat perubahan dalam proses bisnis yang menyebabkan perubahan-perubahan yang mendasar dalam pengelolaan bisnis.
4. Strategi pertumbuhan : mengembangkan kapasitas produksi secara signifikan, melakukan ekspansi ke dalam pemasaran global, melakukan diversifikasi produk/jasa baru, atau mengintegrasikan ke dalam produk/jasa yang terkait.
5. Strategi aliansi : membentuk hubungan dan aliansi bisnis yang baru dengan pelanggan, pemasok, pesaing, konsultan dan lain-lain.

2.2. Kemudahan dalam Penggunaan

Perceived ease of use didefinisikan Davis *et al.*, (1989) Chin dan Todd (1995) merupakan seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah

untuk dipahami dan digunakan. Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan komputer (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi (Igbaria, 2000). Sedangkan menurut Davis (1989) pengertian *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan TI merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan TI dan kemudahaan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.

Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak.

2.3. Risiko

Risiko adalah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*. Orang-orang benar-benar mempertimbangkan jarak dan suasana *impersonal* dalam transaksi *online* dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur risiko. Risiko

didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil diinginkan (Pavlou, 2001).

Menurut Dowling dan Staelin dalam Pavlou (2001), kalau risiko itu meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan pembelian produk (transaksi), risiko diasosiasikan dengan kepercayaan (kepercayaan). Dalam penelitian ini indikator risiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan *internet banking*, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko akan berdampak positif pada minat konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan.

2.4. Fitur Layanan

Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara *online* atau tidak. Menurut Steward dalam Pavlou (2001) faktor kepercayaan dalam *e-commerce* adalah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi *online* secara konsisten dan lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Konsep kepercayaan disini adalah kepercayaan pada penyelenggara transaksi *online* (*banking/retailer/* produsen) dan kepercayaan pada kelengkapan fitur layanan yang terdapat di dalam *internet banking*. Upaya tinggi harus dilakukan oleh penyelenggara transaksi *online* agar kepercayaan konsumen semakin tinggi, karena *trust* mempunyai pengaruh besar pada niat konsumen untuk melakukan transaksi secara *online* atau tidak melakukannya.

2.5. Sikap Pemanfaatan Teknologi Informasi

Pemanfaatan teknologi menunjukkan keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi dalam menyelesaikan serangkaian tugasnya. Idealnya, dalam hubungannya dengan faktor kecocokan tugas-teknologi, pemanfaatan teknologi diukur dengan seberapa besar proporsi pemakai memilih untuk memanfaatkan sistem. Operasionalisasi tersebut mencerminkan keputusan pemakai untuk menggunakan teknologi berdasarkan hasil evaluasinya atas faktor kecocokan tugas teknologi sehingga pemanfaatan teknologi berlangsung dalam situasi sukarela. Akan tetapi, proporsi tersebut sangat sulit dalam studi lapangan. Sebagai pemecahannya, agar pemanfaatan dikonseptualisasikan sebagai seberapa luas sistem informasi terintegrasi pada setiap tugas rutin individu, baik karena pilihan individu atau karena mandat organisasi. Konsep pemanfaatan tersebut mencerminkan pilihan individu (atau organisasi) untuk menerima sistem, atau institusionalisasi sistem. Konsep ini dioperasionalisasi dengan menanyakan seberapa tinggi ketergantungan pemakai terhadap sederetan daftar sistem informasi berbasis komputer yang tersedia pada organisasi.

TAM (*technology acceptance model*) adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen (Dishaw dan Strong, 1999). Model ini menyediakan dasar teori untuk menelusuri faktor yang menjelaskan pemakaian *software* dan menghubungkannya dengan kinerja pemakai. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi

manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM merupakan satu di antara banyak model penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan manfaat teknologi informasi. Implikasi akseptasi dapat dipelajari dengan menguji hubungan antara akseptasi teknologi informasi dan dampaknya kepada pemakai individual.

Minat pemanfaatan teknologi berhubungan dengan cara perusahaan merencanakan dan mengatur teknologi informasi dalam mencapai manfaat potensial dan efektif (Croteau dan Bergeron, 1992). Teknologi informasi diterapkan sesuai dengan strategi bisnis. Oleh karenanya, perusahaan dapat mengadopsi berbagai tipe pemanfaatan teknologi tergantung pada strategi bisnisnya.

Persepsi tentang kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi merupakan faktor yang dominan untuk menjelaskan persepsi dari manfaat dan penggunaan suatu sistem. Persepsi tentang manfaat mempunyai pengaruh yang kuat terhadap penggunaan sistem. Pemanfaatan teknologi berhubungan dengan perilaku menggunakan teknologi tersebut untuk menyelesaikan tugas. Thompson *et al.* melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan *personal computer* dengan menggunakan teori perilaku yang diajukan oleh Triandis (1980). Pemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan

tugasnya, pengukurannya berdasarkan intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan, dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Lydia Ari Widyarini dan A. Yan Wellyan Toni Putro (2008) dengan hasil penelitian diperoleh bahwa pengaruh persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* terhadap niat menggunakan *internet banking* tidak signifikan; persepsi daya guna (*usefulness*) *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking*; persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* berpengaruh terhadap daya guna (*usefulness*) *internet banking*; persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking*; kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking*.

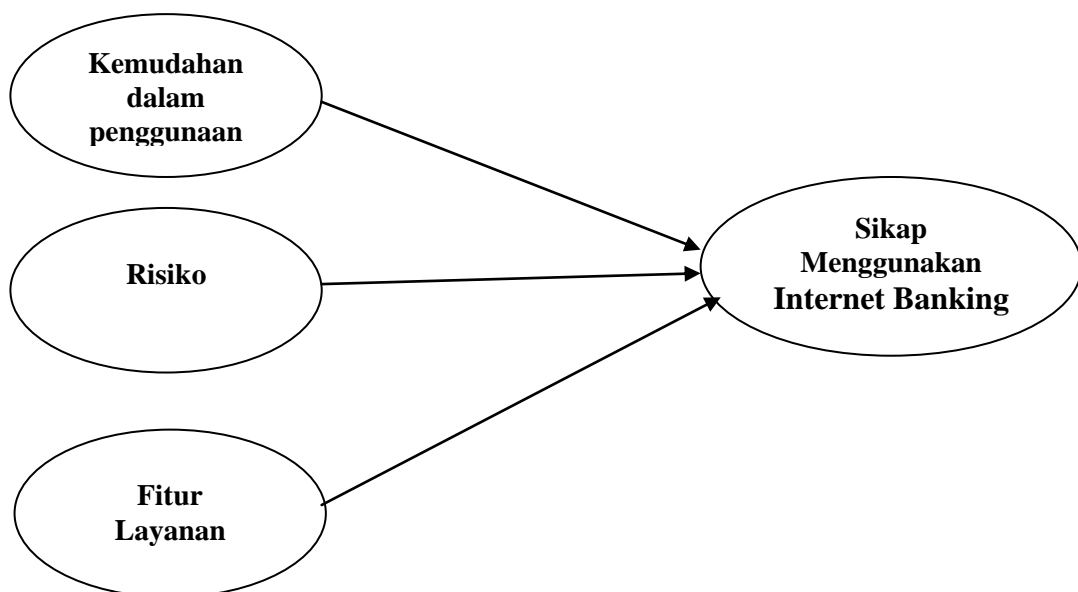
Diana Soesilo (2006) dengan judul Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *mobile banking* dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment*, *Amount of Information*, *Security and Privacy*, dan *Quality of Internet/SMS Connection* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan *mobile banking*.

Ashur Harmadi dan Budi Hermana (2005) dengan judul “Analisis Karakteristik Individu dan Perilaku Pengguna *Internet banking*: Reliabilitas dan Validitas Instrumen Pengukuran”. Hasil uji *construct validity* menunjukkan bahwa instrumen pengukuran untuk variabel persepsi manfaat dan kemudahan

penggunaan menunjukkan validitas yang tinggi. Hasil analisis independent *t test* menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak dipengaruhi oleh jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan bidang pendidikan. Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa hanya persepsi manfaat yang dipengaruhi oleh lama waktu adopsi, dan kisaran nilai transaksi melalui *internet banking*. Persepsi manfaat menunjukkan korelasi kuat positif dengan persepsi kemudahan penggunaan dan kisaran nilai transaksi. Sedangkan frekuensi penggunaan *internet banking* menunjukkan korelasi yang lemah dengan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan.

2.7. Kerangka Penelitian

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 17. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu minat nasabah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain : kemudahan dalam penggunaan, risiko dan fitur layanan.



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

2.8. Rumusan Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Ho₁ : Kemudahan dalam penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

Ha₁ : Kemudahan dalam penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

Ho₂ : Risiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

Ha₂ : Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

Ho₃ : Fitur layanan berpengaruh tidak positif dan signifikan terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

Ha₃ : Fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

3.1.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Suharsimi, 2002). Populasi yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah para pengusaha sepatu dan aksesoris kulit di Sentra Industri Kulit Manding Yogyakarta yang menggunakan *internet banking*.

3.1.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap mewakili keseluruhan populasi dan dianggap mewakili keseluruhan populasi (Suharsimi, 2002). Mengingat jumlah pengusaha sepatu dan aksesoris kulit di Sentra Industri Kulit Manding Yogyakarta yang menggunakan *internet banking* sedikit, yaitu sebanyak 50 orang maka seluruh anggota populasi dipilih sebagai sampel. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner di lokasi penelitian. Peneliti

menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden yang menjadi sampel penelitian ini. Kuesioner yang telah diisi oleh responden tersebut akan diseleksi terlebih dahulu agar memenuhi syarat seperti butir-butir pertanyaan diisi dengan lengkap termasuk mengisi identitas sebagai karakteristik responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar isian atau daftar pertanyaan yang telah disiapkan dan disusun sedemikian rupa sehingga calon responden hanya tinggal mengisi atau menandainya dengan mudah dan cepat. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.1. Kriteria Skala Likert

No.	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat tidak setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Setuju	S	3
4	Sangat setuju	SS	4

3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Persepsi terhadap kemudahan menggunakan internet adalah persepsi nasabah bank terhadap kemampuan mereka dalam menggunakan internet yang diukur melalui indikator:
 - a. Efisiensi waktu.
 - b. Kemampuan melakukan transaksi.
 - c. Kemudahan operasional *internet banking*.
 - d. Penggunaan yang fleksibel.

2. Persepsi atas risiko (*risk*) yang ditimbulkan jika transaksi menggunakan *internet banking*, yaitu persepsi pengguna internet terhadap *internet banking* yang diukur melalui indikator:
 - a. Besarnya risiko.
 - b. Keamanan transaksi.
 - c. Kebutuhan transaksi.
 - d. Jaminan keamanan dari bank.
3. Fitur layanan adalah persepsi nasabah terhadap layanan yang disediakan *internet banking*. Adapun indikator variabel ini adalah :
 - a. Kelengkapan fasilitas transaksi.
 - b. Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan.
 - c. Keamanan fasilitas dari virus komputer.
 - d. Biaya penggunaan fasilitas.
4. Minat menggunakan ulang adalah keinginan nasabah untuk menggunakan kembali *internet banking* yang diukur melalui indikator yaitu:
 - a. Keinginan menggunakan *internet banking* di masa mendatang.
 - b. Kesesuaian penggunaan *internet banking* dengan kebutuhan.
 - c. Dukungan dalam menggunakan *internet banking*.
 - d. Keinginan merekomendasikan *internet banking*.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Pengertian sumber data adalah informasi yang memiliki arti bagi penggunaannya. Sumber data dalam penelitian ini adalah para pengusaha sepatu dan aksesoris kulit yang menggunakan *internet banking*.

3.5. Metode Analisis Data

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

3.5.1. Pengujian Validitas

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

3.5.2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur reliabilitas ini adalah dengan rumus koefisien alpha. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai alpha cronbach lebih besar dari 0,6 dimana pada pengujian reliabilitas ini menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 17.

3.5.3. Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol. Menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas. Langkah menganalisis asumsi multikolinieritas yaitu jika nilai VIF lebih kecil dari angka 10 maka tidak terjadi problem multikolinieritas. Jika nilai VIF lebih dari angka 10 maka terjadi problem multikolinieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas atau yang terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssectional* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Cara menguji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *Scatter Plot*, dimana :

- a. Jika penyebaran data pada *Scatter Plot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem heteroskedastisitas.

- b. Jika penyebaran data pada *Scatter Plot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heterosdastisitas.

3. Uji Normalitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Caranya adalah dengan melihat grafik *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal. Jika distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal. Adapun kriteria uji normalitas menggunakan grafik *normal probability plot* adalah :

- a. Jika penyebaran data mengikuti garis normal, maka data berdistribusi normal.
- b. Jika penyebaran data tidak mengikuti garis normal, maka data distribusi tidak normal.

3.5.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan perhitungan regresi linier berganda, digunakan untuk bersama-sama persepsi teknologi informasi, kemudahan, risiko, dan fitur layanan. Model persamaan analisis regresi penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

β_0	= koefisien konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3,$	= koefisien regresi
X_1	= Kemudahan dalam penggunaan
X_2	= Risiko
X_3	= Fitur layanan
Y	= Sikap menggunakan <i>internet banking</i>
e	= <i>error</i>

3.5.5. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan terhadap hipotesis statistik menggunakan uji t dan uji F.

1. Uji t

Uji t adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terdiri dari persepsi teknologi informasi, kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap variabel dependen minat nasabah menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Hipotesis

H_0 : Tidak adanya pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

H_a : Ada pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap dependen.

- b. Taraf uji $\alpha = 0,05$
- c. Uji satu sisi
- d. Rumus t hitung

$$t = \frac{b_1}{SEb_1}$$

Keterangan :

t = t hitung

b_1 = koefisien regresi

SEb_1 = standar error koefisien regresi

2. Uji F

Uji F adalah pengujian secara *simultan* (bersama-sama) untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel independen antara lain, kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap variabel dependen minat nasabah. Rumusan yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Hipotesis

H_0 : Tidak adanya pengaruh antara variabel independen secara simultan variabel dependen

H_a : Ada pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

- b. Taraf uji $\alpha = 0,05$
- c. *Degree of freedom* : $dk = k; n-k-1$

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/n - k - 1}$$

Keterangan :

F = F hitung

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

3.5.6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi yang kecil mengindikasikan kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah biasa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

3.5.7. Hipotesa Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya, serta mengacu pada hipotesis teori, maka dalam penelitian ini merumuskan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Yang kemudian akan digunakan sebagai pengujian atas hipotesis nol (H_0), dengan maksud untuk membuktikan apakah hipotesis nol (H_0) tersebut ditolak atau diterima. Hipotesis tersebut dapat dinotasikan sebagai berikut:

Hipotesis 1

$H_{01} : \beta_1 \leq 0$: Kemudahan dalam penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

$H_{a1} : \beta_1 > 0$: Kemudahan dalam penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

Hipotesis 2

$H_{02} : \beta_2 \leq 0$: Risiko tidak berpengaruh positif terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

$H_{a2} : \beta_2 > 0$: Risiko berpengaruh positif terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

Hipotesis 3

$H_{03} : \beta_3 \leq 0$: Fitur layanan tidak berpengaruh positif terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

$H_{a3} : \beta_3 > 0$: Fitur layanan berpengaruh positif terhadap sikap dalam menggunakan *internet banking*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian setelah semua data-data yang diperlukan dalam penelitian ini terkumpul. Berdasarkan teori yang ada, penulis akan menganalisis data yang telah dikumpulkan tersebut sesuai dengan pokok permasalahan dan formulasi hipotesis yang telah dikemukakan pada bab dua. Hasil pengolahan data merupakan informasi yang digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis dapat diterima atau tidak.

4.1. Hasil Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data seperti yang telah dijelaskan dalam bab tiga, dengan menggunakan kuesioner. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Dalam hal ini subyek responden adalah pengusaha kerajinan kulit di Manding. Hasil pengumpulan data berupa kuesioner yang berhasil dikembalikan dan memenuhi syarat adalah.

Tabel 4.1. Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	50
Kuesioner yang tidak kembali	9
Kuesioner yang kembali	41
Kuesioner yang kembali tidak memenuhi syarat	3
Kuesioner yang kembali dan memenuhi syarat	38

Dari Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah kuesioner yang disebar ke responden sebanyak 50. Dari 50 kuesioner yang disebar tersebut, 41 di antaranya telah diisi oleh responden dan dikembalikan kepada peneliti, sedangkan sisanya sebanyak 9 tidak dikembalikan pada peneliti. Dari 41

kuesioner yang kembali yang pengisiannya tidak memenuhi syarat sebanyak 3 sehingga kuesioner yang memenuhi syarat penelitian ini sebanyak 38.

4.2. Deskripsi Karakteristik Responden

Dari 38 pengusaha yang dijadikan responden dapat diketahui karakteristik responden yang terdiri dari usia, jenis kelamin, dan pendidikan.

1. Usia

Pengusaha kerajinan kulit di Manding yang terpilih sebagai responden penelitian memiliki rentang usia antara 26 hingga 42 tahun. Untuk mendeskripsikan jumlah responden berdasarkan usia dilakukan pengelompokan menjadi empat kategori. Berikut deskripsi responden berdasarkan usia.

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 25 tahun	0	0,0%
25 – 30 tahun	10	26,3%
31 – 35 tahun	13	34,2%
36 – 40 tahun	9	23,7%
> 40 tahun	6	15,8%
Total	38	100,0%

Sumber : data primer, diolah (2012).

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tidak ada responden usia kurang dari 25 tahun (0,0%), usia 25 – 30 berjumlah 10 orang atau sebesar 26,3%, responden usia 31 – 35 adalah berjumlah 13 orang atau sebesar 34,2%, responden usia 36 – 40 adalah berjumlah 9 orang atau sebesar 23,7%, responden yang berusia di atas 40 berjumlah 6 atau sebesar 15,8%. Dengan demikian dapat disimpulkan mayoritas respondennya adalah yang berusia

antara 31 – 35 tahun, yaitu sebesar 34,2% dari keseluruhan responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha kerajinan kulit di Manding dapat dikatakan masih berusia produktif.

2. Jenis Kelamin

Pengusaha kerajinan kulit di Manding yang terpilih sebagai responden penelitian memiliki rentang usia antara 23 hingga 54 tahun. Berikut deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	22	57,9%
Perempuan	16	42,1%
Total	38	100,0%

Sumber : data primer, diolah (2012).

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden laki-laki berjumlah 22 orang atau sebesar 57,9%, dan responden perempuan berjumlah 16 atau sebesar 42,1%. Dengan demikian dapat disimpulkan mayoritas respondennya adalah laki-laki yaitu sebesar 57,9% dari keseluruhan responden.

3. Pendidikan Terakhir

Pengusaha kerajinan kulit di Manding yang terpilih sebagai responden penelitian terdiri dari berbagai jenjang pendidikan. Berikut deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir.

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	7	18,4%
SMP	10	26,3%
SMA	15	39,5%
Sarjana	6	15,8%
Lainnya	0	0,0%
Total	38	100,0%

Sumber : data primer, diolah (2012).

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden dengan pendidikan akhir SD sebanyak 7 orang atau sebesar 18,4%, responden lulusan SMP berjumlah 10 orang atau sebesar 26,3%, responden lulusan SMA berjumlah 15 orang atau sebesar 39,5%, responden dengan pendidikan terakhir Sarjana berjumlah 6 atau sebesar 15,8%, dan tidak ada responden dengan pendidikan lainnya (0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas respondennya adalah pengusaha dengan pendidikan terakhir SMA. Hal ini disebabkan karena untuk menjadi pengusaha kerajinan kulit lebih dibutuhkan tenaga kerja terlatih bukan tenaga kerja terdidik, sehingga tidak banyak pengusaha kerajinan kulit yang berpendidikan tinggi.

4.3. Uji Instrumen Penelitian

4.3.1. Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsinya sebagai alat ukur. Nilai validitas dicari dengan menggunakan rumus koefisien korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Kriteria pengujian suatu butir pertanyaan dikatakan valid atau sah apabila nilai signifikansi r hitung $< 0,05$ (5%). Hasil uji validitas ditunjukkan pada Tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas

No. Pertanyaan	Koefisien r	Signifikansi	Keterangan
Variabel Persepsi Kemudahan (X₁)			
X _{1_1}	0,873	0,000	Valid
X _{1_2}	0,785	0,000	Valid
X _{1_3}	0,801	0,000	Valid
X _{1_4}	0,815	0,000	Valid

Sumber : data primer, diolah (2012).

Tabel 4.5. (Lanjutan)

No. Pertanyaan	Koefisien r	Signifikansi	Keterangan
Variabel Persepsi Atas Risiko (X₂)			
X _{2_1}	0,852	0,000	Valid
X _{2_2}	0,871	0,000	Valid
X _{2_3}	0,848	0,000	Valid
X _{2_4}	0,894	0,000	Valid
Variabel Persepsi Atas Fitur Layanan (X₃)			
X _{3_1}	0,679	0,000	Valid
X _{3_2}	0,854	0,000	Valid
X _{3_3}	0,717	0,000	Valid
X _{3_4}	0,671	0,000	Valid
Variabel Sikap Menggunakan <i>Internet banking</i> (Y)			
Y ₁	0,788	0,000	Valid
Y ₂	0,894	0,000	Valid
Y ₃	0,857	0,000	Valid
Y ₄	0,846	0,000	Valid

Sumber : data primer, diolah (2012).

4.3.2. Uji Keandalan Instrumen Penelitian

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran lebih dari satu kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Instrumen itu dikatakan reliabel atau cukup handal apabila memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 (Nunnally, 1978 dalam Ghozali, 2005). Untuk mengetahui koefisien reliabilitas instrumen, maka digunakan rumus *alpha* Berikut ini hasil reliabilitas data menggunakan program SPSS.

Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kuesioner

Nama variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Kemudahan menggunakan internet (X ₁)	0,831	Reliabel
Persepsi atas risiko (X ₂)	0,889	Reliabel
Persepsi atas fitur layanan (X ₃)	0,704	Reliabel
Sikap menggunakan <i>internet banking</i> (Y)	0,861	Realibel

Sumber : data primer, diolah (2012).

4.4. Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda dapat dikatakan sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi berbagai asumsi yang dinamakan asumsi klasik. Pada penelitian ini akan dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi: multikolinieritas, heteroskedastisitas dan normalitas.

4.4.1. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol. Langkah menganalisis asumsi multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai VIF dan *Tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari angka 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 maka tidak terjadi problem multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas dengan program SPSS.

Tabel 4.7. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,387	2,585
	X2	,372	2,691
	X3	,633	1,580

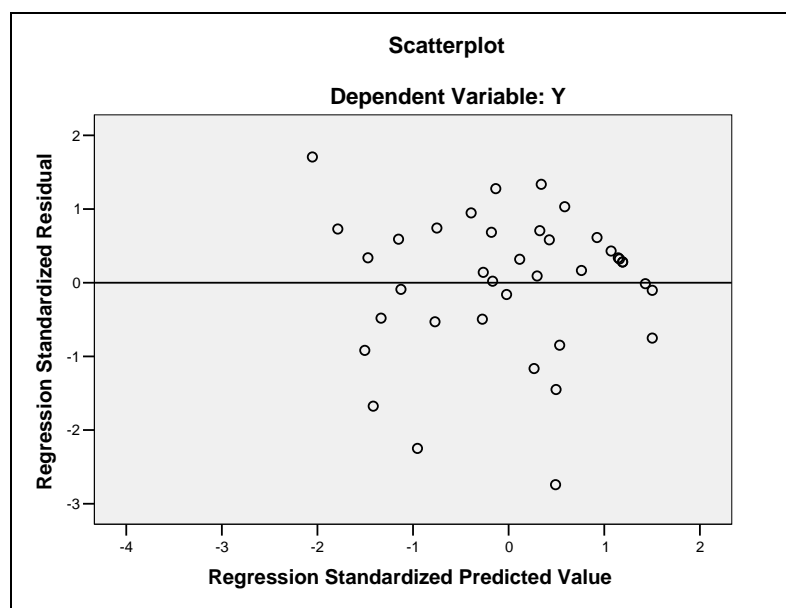
a. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer, diolah (2012).

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas diketahui seluruh variabel bebas memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 sehingga model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara menganalisis asumsi heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana jika penyebaran data pada *scatterplot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem heterosdastisitas. Sebaliknya jika *Scatter Plot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heterosdastisitas. Berikut hasil uji heterosdastisitas dengan grafik *scatter plot*.

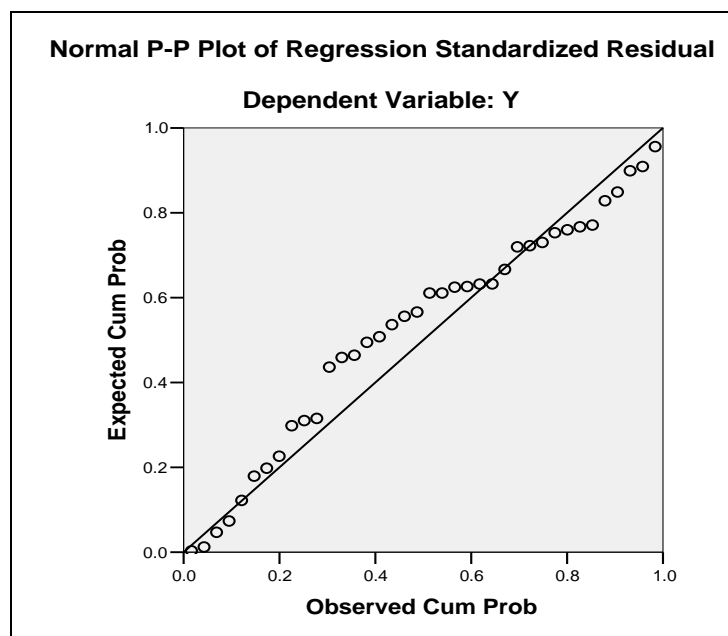


Gambar 4.1. Grafik Scatter Plot
Sumber : data primer, diolah (2012).

Pada grafik *Scatter Plot* di atas dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu), sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi problem heterosdastisitas pada model regresi yang digunakan.

4.4.3. Uji Normalitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi, mempunyai residual yang berdistribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual yang berdistribusi data normal atau mendekati normal. Caranya adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data mengikuti garis normal, maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika penyebaran data tidak mengikuti garis normal, maka distribusi tidak normal. Berikut hasil uji normalitas dengan grafik *probability plot*.



Gambar 4.2. Grafik Normal Probability Plot

Sumber : data primer, diolah (2012).

Grafik normal *probability plot* di atas menunjukkan bahwa distribusi data menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga disimpulkan bahwa pada model regresi yang digunakan memiliki residual yang berdistribusi normal.

4.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda (*multiple regression analysis*) dilakukan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan meliputi kemudahan dalam menggunakan (X_1), persepsi atas risiko (X_2), dan persepsi atas fitur layanan (X_3), sedangkan variabel dependennya adalah variabel sikap menggunakan *internet banking* (Y). Untuk mempermudah perhitungan regresi dari data yang cukup banyak maka dalam penelitian ini diselesaikan dengan bantuan perangkat lunak (*software*) komputer program SPSS. Hasil pengujian terhadap model regresi berganda terhadap variabel kemudahan dalam menggunakan (X_1), persepsi atas risiko (X_2), dan persepsi atas fitur layanan (X_3) yang mempengaruhi sikap menggunakan *internet banking* dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,411	,295		4,787	,000
	X1	,349	,139	,425	2,519	,017
	X2	,249	,120	,357	2,071	,046
	X3	,081	,125	,086	,650	,520

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer, diolah (2012).

Pada penelitian ini digunakan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,411 + 0,349X_1 + 0,249X_2 + 0,081X_3$$

Keterangan :

Y = Sikap menggunakan *internet banking*

X_1 = Kemudahan dalam penggunaan

X_2 = Risiko

X_3 = Fitur layanan

Dari persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta (α) adalah 1,411 artinya apabila semua variabel independen dianggap konstan (bernilai nol) maka nilai Sikap menggunakan *internet banking* sebesar 1,411.
2. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan menggunakan *internet banking* bernilai positif, yaitu 0,349 dapat diartikan bahwa kemudahan menggunakan *internet banking* dan sikap menggunakan *internet banking* berhubungan searah. Semakin mudah menggunakan internet semakin tinggi mengakibatkan sikap menggunakan *internet banking* juga akan meningkat.
3. Nilai koefisien regresi variabel persepsi atas risiko menggunakan *internet banking* bernilai positif, yaitu 0,249 dapat diartikan bahwa persepsi atas risiko menggunakan *internet banking* dan sikap menggunakan *internet banking* berhubungan searah. Risiko keamanan menggunakan *internet banking* semakin tinggi mengakibatkan sikap menggunakan *internet banking* juga akan meningkat.
4. Nilai koefisien regresi variabel persepsi atas fitur layanan *internet banking* bernilai positif, yaitu 0,081 dapat diartikan bahwa persepsi atas risiko menggunakan *internet banking* dan sikap menggunakan *internet banking*

berhubungan searah. Fitur layanan *internet banking* semakin tinggi mengakibatkan sikap menggunakan *internet banking* juga akan meningkat.

4.6. Uji Hipotesis

4.6.1. Uji t

a. Pengujian Hipotesis Pertama

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel kemudahan menggunakan *internet banking* (X_1) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 2,519 dan probabilitas sebesar 0,017 yang berarti $p\ value < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh variabel kemudahan secara signifikan terhadap sikap menggunakan *internet banking*, **dengan demikian hipotesis pertama terbukti.**

b. Pengujian Hipotesis Kedua

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel persepsi atas risiko (X_2) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 2,071 dan probabilitas sebesar 0,046 yang berarti $p\ value < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh variabel persepsi atas risiko secara signifikan terhadap sikap menggunakan *internet banking*, **dengan demikian hipotesis kedua terbukti.**

c. Pengujian Hipotesis Ketiga

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel persepsi atas fitur layanan (X_3) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 0,650 dan probabilitas sebesar 0,520 yang berarti $p\ value > 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan

Ho diterima yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel persepsi atas fitur layanan secara signifikan terhadap sikap menggunakan *internet banking*, dengan demikian hipotesis ketiga tidak terbukti.

4.6.2. Uji F

Uji F adalah pengujian secara simultan (bersama-sama) untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel independen antara lain, kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap variabel dependen sikap menggunakan *internet banking*. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas F (sig.) dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS diperoleh hasil berikut.

Tabel 4.9. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,435	3	2,812	18,919	,000 ^a
	Residual	5,053	34	,149		
	Total	13,488	37			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer, diolah (2012).

Pada Tabel 4.9 dapat diketahui nilai F hitung sebesar 18,919 dengan nilai probabilitas 0,000. Oleh karena nilai probabilitas kurang dari tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka dapat diartikan bahwa model regresi berhasil menerangkan variasi variabel independen secara simultan. Dengan kata lain, terdapat pengaruh secara simultan variabel kemudahan, variabel persepsi atas risiko, dan variabel persepsi atas fitur layanan terhadap variabel sikap menggunakan *internet banking*.

4.6.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Besarnya R^2 berada di antara 0 dan 1 atau $0 < R^2 < 1$. Jika R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan semakin besar (mendekati satu), maka sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka sumbangan variabel terikat semakin kecil. Berikut hasil koefisien determinasi menggunakan program SPSS.

Tabel 4.10. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,791 ^a	,625	,592	,386	1,898

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer, diolah (2012).

Dari hasil koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 4.10 dapat diketahui besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,625. Artinya, 62,5% variabel sikap menggunakan *internet banking* dipengaruhi oleh variabel kemudahan, variabel persepsi atas risiko, dan variabel persepsi atas fitur layanan, sedangkan sisanya sebesar 37,5% variabel sikap menggunakan *internet banking* dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti atau diluar ketiga variabel tersebut.

4.6.4. Hasil Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi berganda dapat dibuat rangkuman sebagai berikut.

Tabel 4.11. Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Kesimpulan
H ₁	Variabel kemudahan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap sikap menggunakan <i>internet banking</i> .	Terbukti
H ₂	Variabel persepsi atas risiko berpengaruh signifikan terhadap sikap menggunakan <i>internet banking</i> .	Terbukti
H ₃	Variabel persepsi atas fitur layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap menggunakan <i>internet banking</i> .	Tidak Terbukti

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

- a. Variabel kemudahan dalam menggunakan *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan *internet banking*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung variabel X_1 sebesar 2,519 dan probabilitas sebesar 0,017 yang berarti $p\ value < 0,05$.
- b. Variabel persepsi atas risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan *internet banking*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung variabel X_2 sebesar 2,071 dan probabilitas sebesar 0,046 yang berarti $p\ value < 0,05$.
- c. Variabel persepsi atas fitur layanan *internet banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap menggunakan *internet banking*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung variabel X_1 sebesar 0,650 dan probabilitas sebesar 0,520 yang berarti $p\ value > 0,05$.
- d. Besarnya koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,625 artinya 62,5% bahwa variabel kemudahan, variabel persepsi atas risiko, dan variabel persepsi atas fitur layanan dapat menerangkan variabel sikap menggunakan *internet banking*, sedangkan 37,5% sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti atau di luar ketiga variabel tersebut.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini tidak terlepas dari adanya kekurangan dan keterbatasan.

Adapun keterbatasan yang ada dalam penelitian ini meliputi:

- a. Keterbatasan yang melekat pada data yang diperoleh melalui kuesioner, karena perbedaan persepsi penulis dengan responden penelitian.
- b. Keterbatasan jumlah responden.

5.3. Saran

Berkaitan dengan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti mengajukan beberapa saran, antara lain sebagai berikut.

- a. Dari hasil penelitian diketahui variabel yang signifikan dalam mempengaruhi sikap menggunakan *internet banking* adalah variabel kemudahan dan persepsi atas risiko. Oleh karena itu penulis menyarankan kepada para penyedia layanan *internet banking* untuk mempermudah cara penggunaannya dan meningkatkan jaminan keamanan bertransaksi.
- b. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti sikap menggunakan *internet banking* disarankan untuk mempertimbangkan dan mengkaji variabel lain, serta diharapkan jumlah responden diperbanyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Alter, Steven., 1992. *Information systems : A Management Perspective*. Benjamin/Cummings, California.
- Ashur Harmadi dan Budi Hermana, 2005, *Analisis Karakteristik Individu Dan Prilaku Pengguna Internet Banking: Reliabilitas Dan Validitas Instrumen Pengukuran*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2005 (SNATI 2005) Yogyakarta, 18 Juni 2005.
- Bergeron, Francois and Raymond, Louis., 1992. "Planing of Information Systems to Gain a Competitive Edge". *Journal of Small Business Management*. January, pg. 21-26.
- Chin, Younghwa, Kenneth A. Kozar, and Kai R.T.Todd, "The Technology Acceptance Model: Past, Present, and Future". *Communication of The Association for Information System*, 12, 50, hal 752-780, 1995.
- Davis, F.D., 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MS Quarterly (online)*, Vol. 13 Iss. 3, pg. 318. <http://www.cba.hawaii.edu/chismar/ITM704/DavisTAM1989.pdf>.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R., 1989. User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science (online)*, Vol. 35 Iss. 8, pg. 982. [http://home.hia.no/fwahid01/thesis/articles/Davis%20et%20al%201989\).pdf](http://home.hia.no/fwahid01/thesis/articles/Davis%20et%20al%201989).pdf).
- Dishaw, Tommi, and, Anssi Oorni Strong, (1999), "Trust Enhanced Technology Acceptance Model Consumer Acceptance of Mobile Payment Solution", *Journal of MIS vol 13, no.2, fall 1999*.
- Ghozali, Imam, 2001. *Aplikasi Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haag, L. and S. Smey. 2000. *A Survey of Internet Use by Teachers in Three Urban Connecticut Schools*. School Lib.Media Quarterly 25.
- Igbaria, M., A. Chakrabarti. 1990. Computer anxiety and attitudes towards microcomputer use. *Behaviour Inform. Tech.* 9(3) 229–241.

- Iman Murtono Soenhadji, Ida Astuti, dan Septi Mariani, 2005, *Prediksi Keyakinan Mahasiswa Akan Manfaat Fasilitas Studentsite Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model*, Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2008 (SNATI 2008) Yogyakarta.
- Kadir, A. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Lucas, H.C., Jr., 1999, *Information Technology and the Productivity Paradox: Assessing the Value of Investing in IT*. New York: Oxford University Press.
- Lydia Ari Widyarini dan A. Yan Wellyan Toni Putro, 2008, *Analisis Hubungan Faktor-Faktor Technology, Acceptance, Trust Dan Risk Pada Niat Nasabah Bank Untuk Menggunakan Internet Banking*. The 2nd National Conference UKWMS Surabaya, 6 September 2008.
- O'Brien, David and Detmar Straub.2005. The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of e-Commerce Adoption *Journal of the association for information system, volume I, article 8, October 2005*.
- Oxford, Allen & Hamilton, (1995), "*Booz- Allen's Worldwide Survey Revealed a Huge Perception Gap Between Japanese and American/European Banks Regarding Internet Banking*."
- Pavlou, Fred, (2001), "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly, September*.
- Santoso, Singgih, 2000, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, 1995, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta
- Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi, 2007, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi - Universitas Kristen Petra. <http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting>
- Suharsimi Arikunto. 2001. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

LAMPIRAN

KUESIONER

Yth. Responden Penelitian
Pengusaha Kerajinan Kulit
di Manding Yogyakarta

Dengan hormat,

Bersama ini, saya mahasiswa Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi,
Universitas Islam Indonesia dengan identitas:

Nama : Hery Hermawan
NIM : 05 312106
Prog. Studi : Akuntansi

Bermaksud mengadakan penelitian dengan judul: “PENGARUH KEMUDAHAN,
RESIKO DAN FITUR LAYANAN TERHADAP SIKAP PENGUSAHA
SEPATU DAN ASESORIS KULIT DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET
BANKING*”. Untuk itu saya mohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu
sejenak guna mengisi kuesioner ini.

Saya berharap Anda menjawab sesuai dengan apa yang Anda rasakan.
Anda diharapkan menjawab dengan jujur dan terbuka, sebab tidak ada jawaban
yang benar atau salah. Saya menjamin kerahasiaan semua data. Kesediaan Anda
mengisi angket ini adalah bantuan yang tak ternilai bagi saya.

Akhir kata, atas perhatian serta bantuan yang telah Anda berikan, saya
mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya.

Yogyakarta, Maret 2012

Hormat saya,

Hery Hermawan

Bagian I

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang saudara anggap paling benar.

Hanya ada satu jawaban pada setiap nomor.

I. Identitas responden

1. Nama Responden (boleh tidak diisi) :
2. Umur Responden :
3. Jenis kelamin : (L/P)
4. Pendidikan : 1. SD
2. SMP
3. SMA
4. Sarjana
5. Lainnya

II. Pemanfaatan Internet Banking

Saya pengguna Internet Banking (ya / tidak)

Keterangan

STS : Sangat Tidak Setuju.

TS : Tidak Setuju.

S : Setuju.

SS : Sangat Setuju.

Bagian II

Berikan tanda (X) pada salah satu kolom dibawah ini sesuai dengan pilihan anda.

I. Persepsi Kemudahan Menggunakan Internet banking

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Menggunakan internet banking dapat mengefisiensi waktu karena tidak perlu pergi ke lokasi bank.				
2	Internet banking dapat melakukan segala macam transaksi yang dibutuhkan nasabah				
3	Internet banking mudah digunakan oleh setiap nasabah				
4	Menggunakan internet banking sangat fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja				

II. Persepsi atas Resiko

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Menggunakan internet banking tidak memiliki resiko yang tinggi				
2	Transaksi melalui internet banking memiliki keamanan yang tinggi				
3	Internet banking dapat menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi				
4	Bank sangat menjamin keamanan transaksi yang dilakukan melalui internet banking				

III. Persepsi Atas Fitur Layanan

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Bank menyediakan fasilitas transaksi yang lengkap dalam internet banking				
2	Setiap kebutuhan nasabah akan terpenuhi karena fasilitas internet banking yang lengkap				
3	Mencari kebutuhan transaksi dalam fitur Internet banking yang disediakan oleh bank sangatlah mudah				
4	Fitur layanan yang ditampilkan dalam Internet Banking tidak membingungkan bagi pengguna				

IV. Sikap Menggunakan Internet Banking

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan internet banking di masa yang akan datang				
2	Saya sering menggunakan Internet Banking				
3	Saya sangat terbantu dengan pemanfaatan Internet Banking dalam bertransaksi				
4	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain yang membutuhkan internet banking				

TABULASI DATA PENELITIAN

No.	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan	Kemudahan Penggunaan				
				X _{1 1}	X _{1 2}	X _{1 3}	X _{1 4}	X ₁
1	26	1	2	2	2	2	3	2,25
2	27	2	3	3	2	2	3	2,50
3	33	1	3	2	2	2	1	1,75
4	40	1	2	3	3	2	3	2,75
5	40	2	2	4	4	4	3	3,75
6	34	1	1	3	2	2	2	2,25
7	35	2	3	2	2	2	1	1,75
8	39	1	1	4	4	4	4	4,00
9	28	2	4	3	3	2	3	2,75
10	29	1	2	2	1	2	3	2,00
11	32	2	2	2	3	1	2	2,00
12	30	2	2	3	4	3	4	3,50
13	31	1	3	1	2	2	1	1,50
14	34	2	3	4	4	4	3	3,75
15	26	2	2	2	4	3	2	2,75
16	31	1	3	4	3	3	4	3,50
17	32	1	3	3	4	4	3	3,50
18	29	2	2	2	1	3	2	2,00
19	32	1	4	3	3	3	2	2,75
20	36	1	1	4	2	3	4	3,25
21	34	2	3	2	2	2	1	1,75
22	29	1	4	4	4	3	4	3,75
23	40	2	1	3	3	4	3	3,25
24	28	1	4	3	4	3	2	3,00
25	26	1	4	3	3	3	2	2,75
26	33	2	3	4	3	4	3	3,50
27	39	1	3	3	3	2	3	2,75
28	31	1	4	3	4	4	3	3,50
29	28	1	2	4	4	3	4	3,75
30	36	2	3	3	4	3	3	3,25
31	35	2	1	3	3	3	3	3,00
32	41	1	1	4	3	3	4	3,50
33	35	2	3	3	2	3	3	2,75
34	31	1	1	2	2	2	2	2,00
35	40	2	2	3	4	4	3	3,50
36	42	1	3	2	1	1	1	1,25
37	37	1	3	3	2	2	3	2,50
38	36	1	3	2	4	1	3	2,50

No.	Risiko					Fitur Layanan					Sikap Internet Banking				
	X _{2 1}	X _{2 2}	X _{2 3}	X _{2 4}	X ₂	X _{3 1}	X _{3 2}	X _{3 3}	X _{3 4}	X ₃	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y
1	4	4	4	3	3,75	3	2	2	2	2,25	4	3	3	3	3,25
2	2	1	3	2	2,00	2	2	3	2	2,25	3	4	3	3	3,25
3	2	2	2	1	1,75	3	2	2	1	2,00	4	3	2	2	2,75
4	3	2	2	3	2,50	1	3	4	2	2,50	4	3	4	2	3,25
5	4	4	3	4	3,75	3	3	3	2	2,75	4	4	4	4	4,00
6	2	1	2	1	1,50	2	2	4	2	2,50	2	3	4	3	3,00
7	2	2	3	3	2,50	3	3	4	1	2,75	2	2	2	2	2,00
8	4	4	4	4	4,00	3	3	2	2	2,50	4	4	4	4	4,00
9	3	2	2	3	2,50	2	1	2	2	1,75	3	4	4	3	3,50
10	2	2	2	1	1,75	2	1	1	1	1,25	2	2	2	2	2,00
11	1	1	2	2	1,50	2	2	2	4	2,50	2	3	3	2	2,50
12	3	3	4	4	3,50	2	2	2	3	2,25	4	4	4	3	3,75
13	1	2	1	1	1,25	2	3	3	3	2,75	4	3	2	2	2,75
14	4	4	3	3	3,50	2	4	4	2	3,00	4	4	4	4	4,00
15	3	2	3	2	2,50	2	3	4	3	3,00	3	4	4	3	3,50
16	4	4	4	4	4,00	3	3	4	3	3,25	4	4	4	4	4,00
17	4	3	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4,00
18	2	3	2	3	2,50	2	3	2	4	2,75	3	3	2	3	2,75
19	4	4	3	3	3,50	3	4	3	4	3,50	4	4	4	3	3,75
20	4	4	4	4	4,00	3	2	3	3	2,75	4	4	4	4	4,00
21	2	2	3	2	2,25	3	2	2	3	2,50	2	3	3	3	2,75
22	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	3	4	3,75
23	3	3	4	3	3,25	3	3	2	3	2,75	4	4	3	2	3,25
24	2	3	4	4	3,25	2	2	2	3	2,25	3	3	3	3	3,00
25	3	3	4	4	3,50	2	3	3	3	2,75	4	4	3	3	3,50
26	2	3	2	3	2,50	3	2	3	3	2,75	4	4	4	3	3,75
27	3	4	4	3	3,50	3	4	3	2	3,00	4	4	4	4	4,00
28	4	3	2	3	3,00	3	2	3	3	2,75	4	4	4	4	4,00
29	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
30	2	3	4	4	3,25	3	2	2	3	2,50	3	3	2	2	2,50
31	3	3	2	2	2,50	2	2	2	2	2,00	3	4	3	3	3,25
32	4	4	4	4	4,00	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4,00
33	2	3	3	3	2,75	3	2	3	2	2,50	4	4	4	3	3,75
34	2	2	1	1	1,50	1	2	1	2	1,50	2	3	2	2	2,25
35	3	3	2	2	2,50	4	4	3	4	3,75	3	3	3	3	3,00
36	1	1	2	2	1,50	2	1	2	1	1,50	3	3	3	3	3,00
37	4	3	4	3	3,50	2	2	4	3	2,75	4	4	3	3	3,50
38	2	4	2	3	2,75	2	2	3	4	2,75	3	3	3	3	3,00

OUTPUT UJI VALIDITAS VARIABEL X₁

Correlations

		Correlations				
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1
X1_1	Pearson Correlation	1	,503**	,635**	,761**	,873**
	Sig. (1-tailed)		,001	,000	,000	,000
	N	38	38	38	38	38
X1_2	Pearson Correlation	,503**	1	,548**	,471**	,785**
	Sig. (1-tailed)	,001		,000	,001	,000
	N	38	38	38	38	38
X1_3	Pearson Correlation	,635**	,548**	1	,449**	,801**
	Sig. (1-tailed)	,000	,000		,002	,000
	N	38	38	38	38	38
X1_4	Pearson Correlation	,761**	,471**	,449**	1	,815**
	Sig. (1-tailed)	,000	,001	,002		,000
	N	38	38	38	38	38
X1	Pearson Correlation	,873**	,785**	,801**	,815**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	38	38	38	38	38

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

OUTPUT UJI VALIDITAS VARIABEL X₂

Correlations

		Correlations				
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2
X2_1	Pearson Correlation	1	,742**	,595**	,616**	,852**
	Sig. (1-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	38	38	38	38	38
X2_2	Pearson Correlation	,742**	1	,574**	,706**	,871**
	Sig. (1-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	38	38	38	38	38
X2_3	Pearson Correlation	,595**	,574**	1	,775**	,848**
	Sig. (1-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	38	38	38	38	38
X2_4	Pearson Correlation	,616**	,706**	,775**	1	,894**
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	38	38	38	38	38
X2	Pearson Correlation	,852**	,871**	,848**	,894**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	38	38	38	38	38

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

OUTPUT UJI VALIDITAS VARIABEL X₃

Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3
X3_1	Pearson Correlation	1	,493**	,281*	,295*	,679**
	Sig. (1-tailed)		,001	,044	,036	,000
	N	38	38	38	38	38
X3_2	Pearson Correlation	,493**	1	,567**	,418**	,854**
	Sig. (1-tailed)	,001		,000	,005	,000
	N	38	38	38	38	38
X3_3	Pearson Correlation	,281*	,567**	1	,219	,717**
	Sig. (1-tailed)	,044	,000		,093	,000
	N	38	38	38	38	38
X3_4	Pearson Correlation	,295*	,418**	,219	1	,671**
	Sig. (1-tailed)	,036	,005	,093		,000
	N	38	38	38	38	38
X3	Pearson Correlation	,679**	,854**	,717**	,671**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	38	38	38	38	38

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

OUTPUT UJI VALIDITAS VARIABEL Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,684**	,481**	,494**	,788**
	Sig. (1-tailed)		,000	,001	,001	,000
	N	38	38	38	38	38
Y2	Pearson Correlation	,684**	1	,712**	,669**	,894**
	Sig. (1-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	38	38	38	38	38
Y3	Pearson Correlation	,481**	,712**	1	,692**	,857**
	Sig. (1-tailed)	,001	,000		,000	,000
	N	38	38	38	38	38
Y4	Pearson Correlation	,494**	,669**	,692**	1	,846**
	Sig. (1-tailed)	,001	,000	,000		,000
	N	38	38	38	38	38
Y	Pearson Correlation	,788**	,894**	,857**	,846**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	38	38	38	38	38

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

OUTPUT UJI RELIABILITAS VARIABEL X₁

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	38	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,831	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	8,32	5,195	,776	,741
X1_2	8,32	5,087	,590	,821
X1_3	8,50	5,230	,639	,795
X1_4	8,50	5,068	,654	,788

OUTPUT UJI RELIABILITAS VARIABEL X₂

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	38	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,889	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	8,68	7,087	,732	,867
X2_2	8,66	6,988	,766	,854
X2_3	8,58	7,169	,729	,868
X2_4	8,66	6,718	,802	,840

OUTPUT UJI RELIABILITAS VARIABEL X₃

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	38	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,709	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_1	8,08	4,453	,461	,668
X3_2	8,05	3,349	,690	,513
X3_3	7,84	4,028	,464	,666
X3_4	8,00	4,216	,391	,711

OUTPUT UJI RELIABILITAS VARIABEL Y

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	38	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,861	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	9,87	3,523	,610	,865
Y2	9,76	3,591	,821	,789
Y3	10,00	3,243	,723	,817
Y4	10,24	3,375	,713	,821

OUTPUT ANALISIS REGRESI BERGANDA DAN UJI ASUMSI KLAIK

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	3,32	,604	38
X1	2,80	,736	38
X2	2,88	,866	38
X3	2,66	,637	38

Correlations

		Y	X1	X2	X3
Pearson Correlation	Y	1,000	,748	,734	,530
	X1	,748	1,000	,772	,557
	X2	,734	,772	1,000	,581
	X3	,530	,557	,581	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	.	,000	,000	,000
	X1	,000	.	,000	,000
	X2	,000	,000	.	,000
	X3	,000	,000	,000	.
N	Y	38	38	38	38
	X1	38	38	38	38
	X2	38	38	38	38
	X3	38	38	38	38

Variables Entered/Removed^b

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

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,791 ^a	,625	,592	,386	1,898

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

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,435	3	2,812	18,919	,000 ^a
	Residual	5,053	34	,149		
	Total	13,488	37			

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

b. Dependent Variable: Y

Coefficients ^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,411	,295		4,787	,000
	X1	,349	,139	,425	2,519	,017
	X2	,249	,120	,357	2,071	,046
	X3	,081	,125	,086	,650	,520

a. Dependent Variable: Y

Coefficients ^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,387	2,585
	X2	,372	2,691
	X3	,633	1,580

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics ^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3,914	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,045	9,281	,50	,06	,23	,03
	3	,025	12,632	,39	,08	,01	,95
	4	,016	15,777	,11	,85	,76	,02

a. Dependent Variable: Y

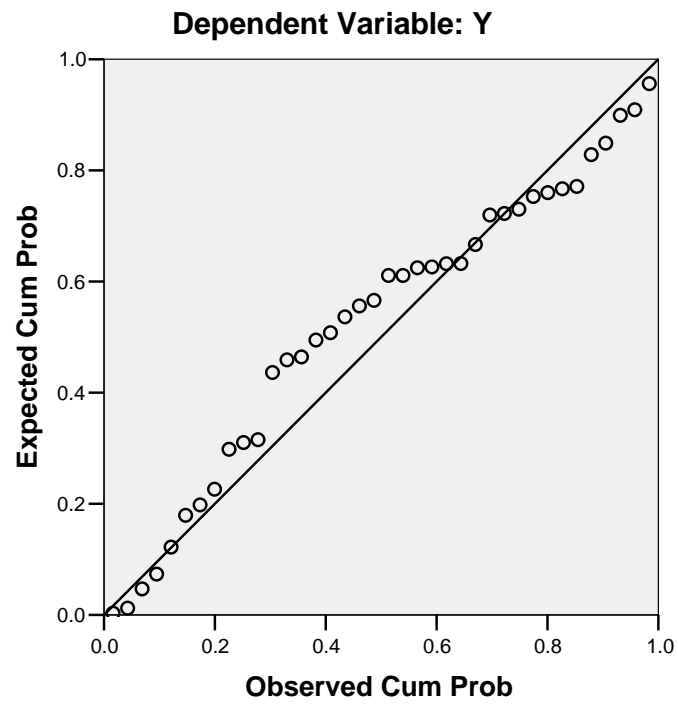
Residuals Statistics ^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,34	4,04	3,32	,477	38
Residual	-1,057	,658	,000	,370	38
Std. Predicted Value	-2,053	1,502	,000	1,000	38
Std. Residual	-2,741	1,706	,000	,959	38

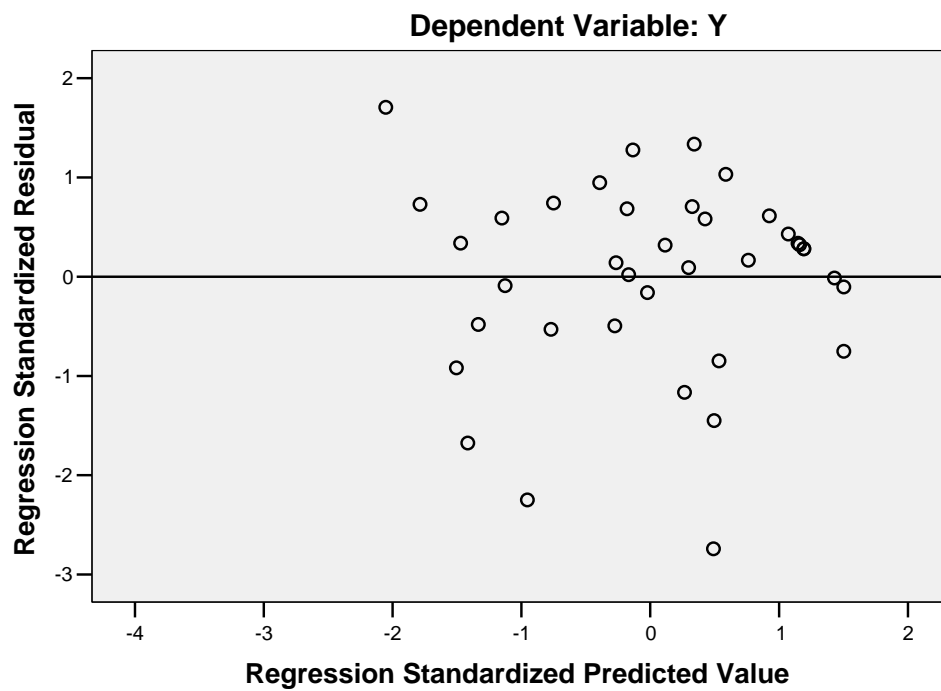
a. Dependent Variable: Y

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot





PEMERINTAH KABUPATEN BANTUL
KECAMATAN BANTUL
DESA SABDODADI
 Jl. Parangtritis Km. 11,5 Sabdodadi Telp. 6462604

SURAT IJIN PENELITIAN

Nomor : 10/Sab/03/12

Menunjuk surat saudara Nomor: 079/DEK/10/Div.SDM/III/2012 tertanggal 16 Maret 2012 dengan ini Pemerintah Desa Sabdodadi Kecamatan Bantul, Kabupaten Bantul memberikan ijin kepada :

N a m a : Herry Hermawan
 No. Mhs : 05 312 106 Mhs. UII Jurusan Akuntansi
 Waktu : 26 Maret s/d 26 Mei 2012
 Lokasi : Kerajinan Kulit Manding Sabdodadi Kec. Bantul Kab. Bantul
 Judul : Pengaruh Kemudahan Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Sikap Pengusahaan Sepatu Dan Aksesoris Kulit Dalam Menggunakan Internet Banking.

Demikian surat ijin ini dibuat, selanjutnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sabdodadi, 26 Maret 2012

An. Lurah Desa



IMAM SUDARMO
 KABAG PEMERINTAHAN