

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT,PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN,KEMAMPUAN MENGGUNAKAN KOMPUTER
DAN PENGALAMAN TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET
BANKING



SKRIPSI

oleh :

Nama : Melati Putri Nugrahani

NIM : 09312190

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

2013

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT,PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN,KEAHLIAN MENGGUNAKAN KOMPUTER
DAN PENGALAMAN TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET
BANKING**

SKRIPSI

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

oleh :

Nama : Melati Putri Nugrahani

No. Mahasiswa : 09312190

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2013

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 dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 14 Maret 2013

Penyusun,



(Melati Putri Nugrahani)

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAHLIAN
MENGUNAKAN KOMPUTER DAN PENGALAMAN
TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET BANKING**



الجامعة الإسلامية

Telah disetujui oleh dosen *untuk diujikan*
pembimbing pada tanggal 15-3-2013

dosen pembimbing,

Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan,
Kemampuan Menggunakan Komputer dan Pengalaman Terhadap
Penggunaan Internet Banking

Disusun Oleh: **MELATI PUTRI NUGRAHANI**
Nomor Mahasiswa: 09312190

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal: 17 April 2013

Penguji/Pemb. Skripsi : Dra. Erna Hidayah, M.Si, Ak

Penguji : Rifqi Muhammad, SE, M.Sc, SAS



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

HALAMAN MOTTO

” Sebaik-baiknya manusia adalah manusia yang paling bermanfaat untuk sesamanya ”.

(Al Hadits)

” Dan orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan, mereka itu penghuni surga. Mereka kekal di dalamnya ”.

(QS. Al Baqarah : 82)

” Ingatlah Tuhanmu dalam hatimu dengan rendah hati dan rasa takut, dan dengan

tidak mengeraskan suara, pada waktu pagi dan petang, dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang lengah ”.

(QS. Al-A’Raf : 205)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini khusus untuk :

- *Bapak dan ibu tercinta yang selalu mengiringi setiap langkahku dengan do'a yang tiada henti-hentinya dan kasih sayangnya, serta perjuangannya dalam bekerja yang tidak pernah putus asa untuk membiayaiku selama ini.*
- *Saudaraku- saudaraku tercinta yang selalu menghiburku dan menyemangatiku Sandhi Anggoro Hastono, Andri Bangun Raharjo, indrawati, Scientia Taqqiya Salsabilla, dan Nafisah 'ilma Shahida.*
- *Ibu erna hidayah, dosen pembimbingku yang selalu mengarahkanku dalam penyusunan skripsi ini dengan penuh kesabaran.*
- *Semua sahabat-sahabatku yang selalu membantuku dalam segala hal.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah juga inayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, KEMUDAHAN, RESIKO DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT ULANG NASABAH BANK DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi S1 pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari tanpa bimbingan, arahan, dukungan dan bantuan berbagai pihak, maka skripsi ini dapat diselesaikan, untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SW.T., yang telah memberikan karunia dan hidayah akal serta pikiran, kekuatan, kasih dan sayang atas segala kemudahan-Nya.
2. Nabi Muhammad S.A.W., yang telah membimbing manusia keluar dari kejahiliyahan.
3. Bapak Hadri Kusuma selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak. selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih telah menerima, membimbing, mengarahkan, dan memberi saran

kepada penulis dengan penuh kesabaran hingga dapat menyelesaikan skripsi ini, dan terima kasih atas semua ilmu yang ibu berikan

5. Kedua orang tuaku Bapak Hasto Budoyo dan Ibu Sri Kastini beserta sudaraku Sandhi Anggoro Hastono dan Andri Bangun Raharjo, saudariku Indrawati, dan buat keponakanku Scientia Taqqiya Salsabilla dan Nafisah ‘Ilma Shahida, terima kasih atas segala doa, perhatian, motivasi dan bantuan moril maupun materil.
6. Sahabat-sahabatku Rena Tri Hardina(gembul), Wenny Whalida(kelling), Anisawati Yulianti Nurjanah (bocil), si kembar Ulfa Affisa dan Ulfa Annisa, dan Feni Nidya Alfita.yang menjadi rekan dalam bertukar pikiran serta dengan sabar selalu memberikan perhatian, pengertian, motivasi, bantuan dan dukungan selama ini.
7. Sahabatku dan sekaligus teman seperjuangan di kampus Astagini Puri Mantofany, Desy Isfiandari, Laitsy Haika Rahmadhania, dan Muhammad Alun Rahartyo yang telah sangat membantu baik dalam perjuangan selama kuliah maupun saat menulis skripsi ini. Terima kasih kawan.
8. Teman-teman KKN unit 64 lulu, oci, cece, gumi, farhad, ical, dan soni,terima kasih semua.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak dalam proses menerapkan ilmu yang penulis dapatkan di bangku kuliah, dan juga skripsi ini diharapkan mampu membantu kemajuan ilmu pengetahuan. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dimasa

mendatang penulis sangat mengharapkan kritik dan sarandari semua pihak dengan harapan agar dapat bermanfaat bagi yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 14 Maret 2013

Penulis,

(Melati Putri Nugrahani)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
HALAMAN ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Definisi <i>Internet Banking</i>	9
2.2 Persepsi Manfaat.....	12
2.3 Persepsi Kemudahan.....	14
2.4 Kemampuan Menggunakan Komputer.....	15
2.5 Pengalaman.....	17
2.6 Perilaku Pengguna.....	18
2.7 Penggunaan <i>Internet Banking</i>	19
2.8 Technology Acceptance Model (TAM).....	20

2.9 Penelitian Terdahulu.....	21
2.10 Hipotesa Penelitian.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.2 Sumber Data dan Pengumpulan Data.....	29
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.4 Hipotesa Operasional.....	33
3.5 Metode Analisis Data.....	34

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji dan Reliabilitas Instrumen.....	43
4.2 Karakteristik Responden.....	47
4.3 Analisa Data.....	49
4.4 Pengujian Hipotesis.....	60
4.5 Koefisien Determinasi.....	63
4.6 Pembahasan.....	65

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Keterbatasan.....	69
5.3 Saran.....	70
5.4 Implikasi.....	70

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item-item Variabel Independen	44
4.2 Hasil Uji dan Reliabilitas Item-item Variabel Penggunaan	45
4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	48
4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
4.7 Penilaian Responden terhadap Persepsi Manfaat.....	49
4.8 Penilaian Responden terhadap Persepsi Kemudahan.....	50
4.9 Penilaian Responden terhadap Kemampuan Menggunakan Komputer.....	51
4.10 Penilaian Responden terhadap Pengalaman.....	52
4.11 Penilaian Responden terhadap Perilaku Pengguna	52
4.12 Penilaian Responden terhadap penggunaan	53
4.13 Hasil Regresi Linier	54
4.14 Hasil Uji Normalitas	57
4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	58
4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	59
4.17 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1		20
Gambar 2		27

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

1. Kuesioner.....	74
2. Rekapitulasi Data Penelitian.....	78
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	90
4. Frekuensi Karakteristik Responden.....	96
5. Frekuensi Variabel.....	97
6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	98

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti atas pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kemampuan menggunakan komputer, dan pengalaman terhadap penggunaan *internet banking*. Metode penelitian adalah survei dengan pendekatan analisis deskriptif. Data diolah dan dianalisis dengan model statistik regresi berganda dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS 13.00. Objek dari penelitian ini adalah para mahasiswa FE UII yang pernah dan masih menggunakan *internet banking*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara langsung dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kemampuan menggunakan komputer, dan pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *internet banking*.

Kata Kunci : persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kemampuan menggunakan komputer, pengalaman dan penggunaan internet banking.

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Teknologi merupakan hal yang tidak terlepas dari kehidupan kita 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, komunikasi, maupun kolaborasi. Banyak lembaga atau organisasi menyadari manfaat yang besar dari penggunaan *Internet* ini, salah satunya adalah bank. Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mempengaruhi industri perbankan, perbankan mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. *Internet Banking* adalah salah satu yang pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (tampubolon 2004)

Internet Banking pertama kali muncul di Amerika Serikat pada pertengahan tahun 1990-an, di mana lembaga keuangan di Amerika Serikat memperkenalkan dan mempromosikan *internet banking* untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih baik (Chan and Lu 2004). *Internet banking* menjadi salah satu strategi yang digunakan oleh industri perbankan untuk bersaing. Semakin meningkatnya jumlah pemakai internet dari tahun ke tahun dipercaya akan

mendorong penggunaan *internet banking* sebagai salah satu bentuk pelayanan bank kepada konsumen akan semakin menguntungkan.

Salah satu golongan nasabah yang patut disoroti oleh pihak bank dalam mengembangkan layanan berbasis *internet* adalah mahasiswa. Tidak dapat dipungkiri bahwa mahasiswa merupakan salah satu golongan yang sebagian besar menggunakan jasa perbankan, begitu juga dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Mahasiswa sebagai seorang nasabah memiliki berbagai kriteria yang dijadikan pertimbangan dalam memilih usaha perbankan yang akan digunakannya. Nasabah telah merasa nyaman dan terbiasa melakukan transaksi perbankan secara konvensional sehingga belum mengetahui manfaat dari layanan *internet banking*. Pada dasarnya, sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada nasabah pasti akan diterima dengan baik. Semakin nasabah merasa *internet banking* bermanfaat maka *internet banking* akan semakin sering digunakan. Begitu juga sebaliknya, apabila nasabah menganggap *internet banking* kurang bermanfaat, maka nasabah cenderung tidak mau menggunakan jasa *internet banking* tersebut. Selain itu, tidak sedikit nasabah yang belum mau menggunakan jasa *online banking* karena merasa *internet banking* merupakan sesuatu yang rumit.

Layanan *internet banking* diberikan oleh bank dengan tujuan utama memberikan kemudahan kepada nasabah. Pelayanan perbankan melalui internet tersebut berupa situs dari suatu bank tertentu yang menyediakan pelayanan perbankan langsung tanpa perlu datang ke bank yang bersangkutan. Dengan adanya situs ini, nasabah suatu bank akan semakin mudah untuk melakukan kegiatan perbankan karena mereka dapat mengakses situs tersebut dan menggunakan fitur-fitur yang ada di dalamnya seperti cek saldo, mutasi rekening sampai transfer, melakukan pembayaran tagihan, pembelian voucher prabayar, dan lain-lain, di mana saja dan kapan saja, asalkan memiliki koneksi ke internet. Kemudahan *internet banking*

ialah karena memiliki situs sama seperti situs-situs lain pada umumnya, sehingga nasabah dapat secara langsung mengakses.

Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan. Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan transaksi melalui *internet banking* seperti komputer, telepon selular dan telepon rumah tentu saja juga membutuhkan langkah-langkah atau prosedur transaksi yang berbeda-beda. Perbedaan kemampuan nasabah untuk berinteraksi dengan berbagai jenis *interface* (tampilan) serta prosedur transaksi yang berbeda juga mempengaruhi persepsi pengguna terhadap penggunaan internet banking tersebut.

Beberapa penelitian investigasi layanan perbankan *internet* atas dasar penerimaan konsumen terhadap penggunaan teknologi telah dilakukan melalui perluasan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989) mengemukakan bahwa persepsi nasabah atas *Persepsi manfaat* dan *Persepsi kemudahan penggunaan* adalah faktor utama yang mempengaruhi segi penggunaan atau pengadopsian teknologi. Selain persepsi nasabah mengenai Persepsi manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan, Agarwal *et al.* 2000 memandang konsep *kemampuan menggunakan komputer* sebagai salah satu variabel yang penting untuk studi perilaku individual dalam bidang teknologi informasi.

Berdasarkan beberapa penelitian, antara lain penelitian Compeau dan Higgins (1995), penelitian Adamson dan Shine (2003) *kemampuan menggunakan komputer* menggambarkan penilaian individu tentang kemampuannya mengakses menggunakan komputer untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan juga menjadi faktor signifikan yang berpengaruh terhadap penggunaan sebuah sistem.

Pada penelitian Taylor dan Todd (1995) juga menemukan perbedaan yang signifikan antara pemakai sistem yang memiliki *pengalaman* dan mereka yang belum berpengalaman dalam menentukan untuk menggunakan sebuah sistem.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti menambahkan variabel *pengalaman* yang diambil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Devvy Pisheila Pratiwi dengan judul *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman terhadap perilaku penggunaan mobile banking dengan dimediasi niat penggunaan mobile banking nasabah BCA surabaya*.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEMAMPUAN MENGGUNAKAN KOMPUTER DAN PENGALAMAN TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET BANKING”*.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap perilaku pengguna internet banking ?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku internet banking ?
3. Apakah kemampuan menggunakan komputer berpengaruh terhadap perilaku pengguna internet banking ?
4. Apakah pengalaman berpengaruh terhadap perilaku pengguna internet banking ?

5. Apakah perilaku pengguna internet banking berpengaruh terhadap penggunaan internet banking ?

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap perilaku pengguna internet banking.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan perilaku pengguna terhadap penggunaan internet banking.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemampuan menggunakan komputer terhadap perilaku pengguna internet banking.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman terhadap perilaku pengguna internet banking.
5. Untuk mengetahui pengaruh perilaku pengguna internet banking kepada penggunaan internet banking.

1.3 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini secara empiris membuktikan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan internet banking serta konfirmasi atas penelitian terdahulu dan acuan bagi penelitian selanjutnya

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak perbankan dalam mengelola internet banking. Dengan tambahan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan internet banking diharapkan pihak perbankan mendapatkan gambaran yang dinamis dan mendapatkan petunjuk mengenai pertimbangan yang seharusnya digunakan dalam komunikasi dengan nasabah mengenai internet banking. Bagi nasabah bank, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dalam memanfaatkan internet banking.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan tambahan pengetahuan mengenai pengembangan penelitian di bidang *internet banking*, khususnya yang berkaitan dengan persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kemampuan menggunakan computer dan pengalaman.

1.4 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terbagi menjadi 5 bab yang disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut ini.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas kajian pustaka yang memuat teori-teori yang relevan dan mendukung analisis serta pemecahan masalah yang terdapat dalam penelitian ini. Bab

ini juga berisi uraian hipotesis-hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, serta model penelitian yang akan diuji.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian metode penelitian yang terdiri dari: desain penelitian, definisi operasional dan pengukuran variable, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan deskripsi obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan berupa interpretasi output pengolahan data untuk mencari makna yang lebih luas dan implikasi dari hasil analisis.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan hasil penelitian, diskusi, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Definisi *Internet Banking*

Internet banking pertama kali muncul di Amerika Serikat pada pertengahan tahun 1990-an, di mana lembaga keuangan di Amerika Serikat memperkenalkan dan mempromosikan *internet banking* untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih baik (Chan and Lu 2004). Menurut Pikkarainen et al. (2004) mendefinisikan *internet banking* sebagai sebuah portal internet yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan perbankan dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi. *Internet banking* menjadi salah satu strategi yang digunakan oleh industri perbankan untuk bersaing. Semakin meningkatnya jumlah pemakai internet dari tahun ke tahun dipercaya akan mendorong penggunaan *internet banking* sebagai salah satu bentuk pelayanan bank kepada konsumen akan semakin menguntungkan. Pengertian *Internet Banking* adalah terminologi yang digunakan untuk melakukan transaksi, pembayaran dan lainnya melalui Internet Banking, credit union, atau membangun *website* aman bersama. Hal ini membiarkan konsumen untuk melakukan proses perbankan diluar jam kerja bank dan darimana saja dimana akses internet tersedia. Dalam kebanyakan kasus *web browser* digunakan dan koneksi Internet normal tersedia. Biasanya tidak diperlukan piranti lunak atau piranti keras spesial (tambahan).

Internet Banking dalam Perspektif Bank

Keuntungan dan peluang yang dimiliki oleh bank yang menerapkan *Internet Banking* secara mendasar dapat disebutkan sebagai berikut (US Web Study, 2000: 4):

1. *Increase Customer Satisfaction,*

Internet Banking memungkinkan nasabah melakukan akses ke rekening banknya setiap saat dalam 24 jam dan melakukan transaksi pada jam-jam yang diinginkannya.

2. *Expand Product Offerings,*

Internet Banking memungkinkan bank untuk memperluas *customer asset base* dengan menambah jumlah jasa yang ditawarkan secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen melalui *website*.

3. *Increase Customer Retention,*

Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh *Internet Banking* adalah akan dapat mengikuti nasabahnya kemanapun dia pergi.

4. *Extend Geographic Reach,*

Bank yang menggunakan sistem *Internet Banking* memiliki pertumbuhan nasabah yang lebih cepat karena dapat menjangkau wilayah yang jauh lebih luas diluar *home region*-nya.

5. *Cross Sell Services,*

Situs Internet memiliki kemampuan mengumpulkan data konsumen secara virtual jauh melebihi media apapun.

6. *Identify New Fee Services,*

Banyak bank menggunakan *Internet Banking* untuk menciptakan peluang untuk memperoleh tambahan pendapatan yang bisa diperoleh dari nasabah.

7. *Reduce Overall Cost,*

Internet Banking akan menekan biaya operasi bank secara mendasar dalam dua hal, yaitu mengurangi biaya pemrosesan transaksi dan mengurangi kebutuhan pendirian cabang baru dengan tidak mengurangi kemampuan melayani konsumen dalam jumlah yang sama.

Secara umum penggunaan Internet oleh institusi keuangan dapat dibagi menjadi empat kelas, yaitu:

1. *Information Presentation,*

Menyajikan jenis layanan, promosi dan informasi lainnya yang ingin disampaikan oleh perusahaan.

2. *Presentation and two way Communication (asynchronous),*

Menyajikan informasi sekaligus berkomunikasi dua arah dengan para nasabah. Misalnya melalui email meminta data pribadi nasabah.

3. *Interaction with User,*

Melakukan interaksi dengan user berdasarkan data individu nasabah. Misalnya informasi saldo rekening.

4. *Transaction Banking,*

Melakukan transaksi secara langsung (*online payment*). Misalnya melakukan pembayaran tagihan.

Terdapat tiga jenis bank atau institusi keuangan yang memberikan pelayanan *Internet Banking*, yaitu (Cronin, 1998: 17):

1. *Virtual Companies,*

Bank sebagai institusi baru yang membangun cabangnya secara maya "*virtual branches*" dan tidak memerlukan fasilitas atau alamat gedung secara fisik (*brick and mortar*) dengan hanya melayani jasa perbankan melalui internet saja atau biasa disebut dengan "*Internet-only bank*".

2. *Hybrid Model,*

Sebagai bank yang sudah mapan sebelumnya dan kemudian membangun *website* sebagai jasa pemasaran dan saluran distribusi tambahan dari pelayanan jasa tradisionalnya (*traditional delivery channels*).

3. *Strategic Partnership,*

Banyak dari bank-bank atau jasa keuangan lainnya secara individual atau membangun konsorsium dengan perusahaan-perusahaan software terkemuka di dunia seperti Microsoft,

Netscape dan Intuit untuk membuat perangkat lunak aplikasi keuangan yang terintegrasi dengan sistem keuangan di perusahaan perusahaan tersebut untuk melayani kebutuhan pengelolaan keuangan pribadi atau perusahaan.

2.2 Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut (Davis 1989). Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Pengukuran konstruk persepsi manfaat menurut davis (1986) terdiri dari :

1. Menjadikan pekerjaan lebih cepat (*work more quickly*)
2. Bermanfaat (*useful*)
3. Menambah produktifitas (*increase productivity*)
4. Mempertinggi efektifitas (*enhance effectiveness*)
5. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*)

Persepsi manfaat dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kemanfaatan dan efektifitas, dengan dimensi masing-masing yang dikelompokkan sebagai berikut:

a. Kemanfaatan

Meliputi dimensi : menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), bermanfaat (*usefull*), dan menambah produktifitas (*increase productivity*).

b. Efektifitas

Meliputi dimensi: mempertinggi efektifitas (*enhance my effectiveness*), mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve my job performance*).Aspek perilaku dalam penerapan sistem informasi mempunyai beberapa faktor yang cukup berperan terhadap penerimaan penggunaan sistem tersebut. Dalam aspek persepsi manfaat, faktor yang membentuknya terdiri dari faktor intern dan ekstern perusahaan. Igbaria (1995) mengembangkan model teoritis aspek perilaku terhadap teknologi informasi yang menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi manfaat meliputi:

a. Kemudahan penggunaan (*Ease of Use*)

Merupakan ukuran atau tingkatan dimana seseorang percaya bahwa sistem informasi atau komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

b. Dukungan pengetahuan internal (*internal support*)

Merupakan dukungan pengetahuan teknis yang dimiliki secara individual maupun kelompok mengenai pengetahuan teknologi informasi.

c. Pelatihan Internal (*internal training*)

Merupakan sejumlah pelatihan yang sudah pernah diperoleh pengguna (*user*) dari pengguna lainnya (*other user*) atau dari spesialisasi komputer yang ada di dalam organisasi.

d. Dukungan manajemen (*management support*)

Merupakan tingkat dukungan secara umum yang diberikan manajemen puncak dalam organisasi.

e. Dukungan eksternal (*external support*)

Merupakan dukungan pengetahuan teknis dari pihak luar yang dimiliki secara individual maupun kelompok mengetahui pengetahuan tentang teknologi informasi. Pelatihan eksternal (*external training*) Merupakan sejumlah pelatihan yang sudah pernah diperoleh pengguna (*user*) dari pengguna lainnya (*other user*) atau spesialisasi computer dari pihak luar.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat sistem berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas sistem dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut.

2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1989). Definisi tersebut juga didukung oleh Arief Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Venkatesh dan Davis (2000: 201) membagi dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan menjadi berikut:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).

d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

Konteks Persepsi Kemudahan Penggunaan *internet banking* berarti nasabah percaya bahwa bertransaksi melalui media *internet banking* mudah untuk dipahami. Persepsi Kemudahan Penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu maupun tenaga) para nasabah dalam mempelajari seluk beluk bertransaksi melalui *internet banking*. Dengan demikian, bila layanan *internet banking* dipersepsikan mudah digunakan oleh para nasabah maka layanan tersebut akan sering digunakan dan mempengaruhi motivasi seseorang yang akan menimbulkan perilaku positif terhadap penggunaannya. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh *user*.

2.4 Kemampuan Menggunakan Komputer

Kemampuan menggunakan komputer didefinisikan oleh Compeau dan Higgins (1995) sebagai penilaian kapabilitas dan keahlian komputer seseorang untuk melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan teknologi informasi. Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan kemampuan menggunakan komputer sebagai kepercayaan individu tentang kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spesifik, memberikan derajat mengenai usaha yang dilakukan, dan kegigihan dalam menghadapi situasi yang menantang. Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi (2007) secara sederhana mendefinisikan kemampuan menggunakan komputer sebagai kemampuan seseorang dalam menggunakan komputer. Compeau dan Higgins dalam Rustiana (2004) menjelaskan ada tiga dimensi kemampuan menggunakan komputer, yaitu:

1. Besaran (Magnitude) keyakinan – sendiri komputer merefleksikan tingkat kemampuan (Capability) yang diharapkan dalam melakukan tugas-tugas komputer.
2. Keuatan keyakinan – sendiri komputer berhubungan dengan tingkat keyakinan suatu pertimbangan atau kepercayaan yang dimiliki oleh individual mengenai kemampuan (ability) untuk melakukan bermacam-macam tugas komputasi.
3. Generalisasi keyakinan – sendiri komputer merfleksikan tingkat sejauhmana pertimbangan (judgment) terbatas pada suatu aktivitas domain komputasi yang tertentu. Individu dengan generalisasibilitas yang tinggi, diharapkan akan mampu dengan baik menggunakan paket-paket perangkat lunak yang berbeda-beda di sistem-sistem komputer yang berbeda pula, sedangkan mereka dengan generalibilitas yang rendah akan mempersepsikan dirinya sendiri hanya terbatas mampu menggunakan paket-paket perangkat lunak atau sistem komputer tertentu saja.

Dari beberapa definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kemampuan menggunakan komputer merupakan penilaian individu terhadap kemampuan diri untuk melaksanakan tugas tugas komputasi dengan baik.

2.5 Pengalaman

Pengalaman ialah hasil persentuhan alam dengan panca indra manusia. Berasal dari kata peng-*alam*-an. Pengalaman memungkinkan seseorang menjadi *tahu* dan hasil tahu ini kemudian disebut pengetahuan (vardiansyah,2008). Pengalaman secara umum merupakan peristiwa atau kejadian yang pernah dialami (dijalani, dirasakan, ditanggung, dll) oleh setiap individu. Pengalaman atas penggunaan komputer secara umum dapat mempengaruhi keberhasilan interaksi dengan *personal computers* (Igbaria, M. dan J. Iivari, 1995).

Banyaknya pengalaman atas komputer adalah ukuran yang objektif atas pengalaman pengguna komputer. Semakin banyak pengalaman komputernya berarti lebih besar eksposur ke berbagai jenis aplikasi dan tingginya tingkat keakraban dengan berbagai paket perangkat lunak. Pengalaman dengan Internet merupakan pertimbangan penting dalam melakukan transaksi menggunakan internet. Perhatian konsumen terhadap pengendalian informasi pribadi ternyata meningkatkan pengalaman akan internet, sebaliknya perhatian pada hambatan fungsional untuk menggunakan internet banking menurun. Pengguna internet yang belum berpengalaman, biasanya jarang menggunakan internet banking bahkan tertarik untuk mencoba menggunakannya karena tidak ada pengalaman menggunakan internet. Pada penelitian Taylor dan Todd (1995) juga menemukan perbedaan yang signifikan antara pemakai sistem yang berpengalaman dan mereka yang belum berpengalaman dalam menentukan untuk menggunakan sebuah sistem. Meskipun pengalaman ini mungkin tidak terhubung langsung dengan *internet banking*, mereka dapat membantu pengguna dalam menggunakan layanan *internet banking*.

2.6 Perilaku Pengguna

Skinner (1938) merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Oleh karena itu, perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespon. Skinner membedakan adanya dua proses, antara lain ;

1. *Respondent respon atau reflexive*, yakni respon yang ditimbulkan oleh rangsangan rangsangan (stimulus) tertentu. Stimulus semacam ini disebut *electing stimulation* karena menimbulkan respon-respon yang relative tetap. Dalam penelitian ini dimaksudkan

bahwa teknologi yang bagus dan bermanfaat akan menimbulkan perilaku positif kepada penggunaannya.

2. *Operant respon atau instrumental respon*, yakni respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. Perangsang ini disebut reinforcing stimulation atau reinforce, karena memperkuat respon. Dalam penelitian ini dimaksudkan bahwa dalam penggunaan suatu teknologi yang dapat dipahami dan meringankan pekerjaan seseorang, dapat memicu motivasi perilaku positif dalam penggunaannya, yaitu dengan terus menggunakan teknologi tersebut.

Perilaku merupakan totalitas penghayatan dan aktivitas, yang merupakan hasil akhir jalinan yang saling mempengaruhi antara berbagai macam gejala seperti perhatian, pengamatan, pikiran, ingatan, dan fantasi. (Notoatmodjo, 2003). Menurut Skinner (1997), mengemukakan bahwa perilaku merupakan hasil hubungan antara rangsangan (stimulus) dan tanggapan (respon). Sedangkan menurut Taufik (2007), perilaku merupakan suatu kegiatan atau kegiatan organisme makhluk hidup yang bersangkutan. Davis (1989) menggunakan pengukuran pemakaian sesungguhnya, dan Igbaria *et al*, (1995) menggunakan pengukuran pemakaian persepsian yang diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan frekuensi penggunaannya (Jogiyanto, 2007).

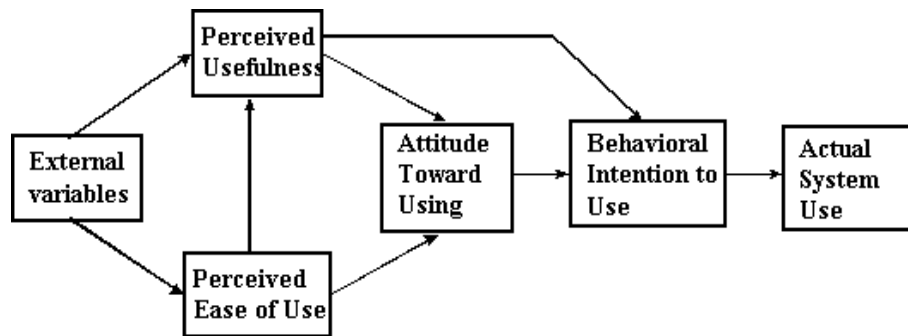
2.7 Penggunaan Internet Banking

Definisi Penggunaan *Internet Banking* merujuk pada salah satu konstruk TAM, *Actual System Usage* yaitu kondisi nyata penggunaan sistem yang dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi (Arief Wibowo, 2006). Sedangkan Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati (2007) menyatakan bahwa Penggunaan

Internet Banking dapat menjadi tolak ukur tingkat keberhasilan sistem yang diukur berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut. Dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi (Davis, 1989). Dalam penelitian ini Penggunaan *Internet Banking* didefinisikan sebagai kondisi nyata nasabah yang menggunakan *internet banking* yang dikonsepkan dalam bentuk pengukuran frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah dalam bertransaksi melalui *internet banking*. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan

2.8 Technology Acceptance Model (TAM)

TAM diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dan diusulkan oleh Davis (1989). TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu Persepsi manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan. Berikut adalah gambar konstruk awal TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989):



Gambar 1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Davis, Bagozzi dan Warshaw (1989)

Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) mempengaruhi *Attitude Toward Using* individu terhadap penggunaan teknologi. Peningkatan pada *Perceived Ease of Use* secara instrumental mempengaruhi kenaikan dari *Perceived Usefulness* karena sebuah sistem yang mudah digunakan tidak membutuhkan waktu lama untuk dipelajari sehingga individu memiliki kesempatan untuk mengerjakan sesuatu yang lain sehingga berkaitan dengan efektifitas kinerja (Davis, Bagozzi dan Warshaw, 1989). *Attitude Toward Using* dalam TAM dikonsepskan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. *Behavioral Intention to Use* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi dapat dilihat dari sikap pengguna terhadap teknologi tersebut seperti motivasi untuk tetap menggunakan serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Dalam penelitian ini yang termasuk *Behavioral Intention* yaitu perilaku pengguna. *Actual System Usage* adalah kondisi nyata penggunaan sistem yang dikonsepskan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan

teknologi (Arief Wibowo, 2006). Dalam penelitian ini yang termasuk Actual System Usage yaitu penggunaan terhadap *internet banking*.

2.9 Penelitian Terdahulu

Dari penelitian Devvy Pishela Pratiwi (2012) dengan judul pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dengan dimediasi niat penggunaan *mobile banking* nasabah bank bca di surabaya. Hasil penelitian diketahui persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* bagi nasabah Bank BCA di Surabaya. Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman penggunaan secara signifikan mempengaruhi perilaku penggunaan *mobile banking* dengan dimediasi niat penggunaan *mobile banking* bagi nasabah Bank BCA di Surabaya. persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap niat penggunaan *mobile banking* bagi nasabah Bank BCA di Surabaya.

Dari penelitian Irmadhani (2012) dengan judul pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan *computer self efficacy*, terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1 fakultas ekonomi universitas negeri yogyakarta. Hasil penelitian diketahui bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Computer self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi kemudahan penggunaan dan *computer self efficacy* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

2.10 Hipotesa Penelitian

2.10.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Perilaku Pengguna Internet Banking

Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan Persepsi manfaat sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Dukungan teknologi yang memadai akan mendorong perbaikan kinerja individu, meningkatkan produktifitas dan kepuasan kerja yang pada gilirannya akan berpengaruh pada peningkatan daya saing dan profitabilitas pada level organisasi (Agarwal, 2004). Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Persepsi manfaat sistem berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas sistem dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut. Persepsi manfaat akan mempengaruhi perilaku pengguna. Perilaku memiliki fungsi instrumental yang memungkinkan seorang untuk memilih teknologi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan pekerjaannya (Jogiyanto, 2007:114). Dari definisinya, diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Dengan demikian jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Persepsi manfaat positif terhadap internet banking berpengaruh positif juga terhadap perilaku pengguna internet banking. Hal ini dapat diartikan bahwa persepsi manfaat dalam *internet banking* merupakan pandangan subyektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah dalam peningkatan

kinerja nasabah karena menggunakan *internet banking*. Ketika nasabah telah menggunakan layanan *internet banking* berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan *internet banking* tersebut. Perilaku positif untuk menggunakan *internet banking* timbul karena nasabah yakin bahwa *internet banking* dapat meningkatkan kinerja, produktifitas dan efektifitas kinerja serta *internet banking* bermanfaat bagi nasabah.

H1 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking*

2.10.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Perilaku Penggunaan *Internet Banking*

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1989:320). Definisi tersebut juga didukung oleh Arif Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Hal ini dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Individu yang merasa semakin mudah menggunakan internet, akan merasa semakin mudah mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut. Secara langsung, persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi perilaku atas penggunaan teknologi internet banking. Perilaku merupakan penilaian umum individu terhadap keyakinan kognitif yang dibangun atas atribut-atribut yang melekat pada teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan kognitif yang membentuk perilaku. Ada pengaruh positif antara keyakinan kognitif dan perilaku, artinya semakin positif keyakinan akan mendorong perilaku yang positif terhadap internet. Hasil penelitian Eveleth dkk (2007); Gong & Xu

(2004); Hubona & Geitz (1997); Malhotra & Galletta (1999) mendukung hipotesis bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh pada perilaku. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Goowin dan Silver dalam Adam et al., 1992). Dengan demikian, layanan *internet banking* dipersepsikan mudah digunakan oleh para nasabah maka layanan tersebut akan sering digunakan sehingga menunjukkan perilaku yang positif.

H2 : Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking*

2.10.3 Pengaruh Kemampuan Menggunakan Komputer terhadap Perilaku Pengguna

Internet Banking

Individual-individual akan cenderung lebih puas dengan perilaku yang mereka rasa mampu untuk melakukannya dan cenderung tidak menyukainya untuk perilaku-perilaku yang mereka tidak bisa menguasainya. Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan kemampuan menggunakan komputer sebagai kepercayaan individu tentang kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spesifik, memberikan derajat mengenai usaha yang dilakukan, dan kegigihan dalam menghadapi situasi yang menantang. Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi (2007) secara sederhana mendefinisikan kemampuan menggunakan komputer sebagai kemampuan seseorang dalam menggunakan komputer. Compeau dan Higgins (1991) juga menyampaikan bahwa tingkat CSE yang tinggi akan mengarahkan pengguna teknologi informasi kepada tingkat minat dan penggunaan informasi teknologi yang lebih tinggi juga. Hal ini dapat diartikan dengan memiliki kemampuan komputasi yang tinggi maka seseorang

akan merasakan bahwa kemampuan menggunakan komputer yang baik dapat memotivasi perilaku pengguna yang positif untuk menggunakan sistem layanan internet banking untuk menyelesaikan tugasnya. Individu dengan tingkat kemampuan menggunakan komputer yang lebih tinggi menilai dirinya mampu untuk menyelesaikan tugas-tugas komputasi yang diberikan dengan lebih baik tanpa dukungan dan bantuan dari orang lain, daripada seseorang dengan tingkat kemampuan menggunakan komputer yang lebih rendah. Demikian pula halnya dengan seseorang yang mempunyai kemampuan komputer yang tinggi akan semakin mudah untuk mempelajari dan menggunakan sistem.

H3 : Kemampuan menggunakan komputer berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking*

2.10.4 Pengaruh Pengalaman terhadap Perilaku Penggunaan *Internet Banking*

Pengalaman adalah faktor penting untuk mempengaruhi perilaku untuk menggunakan layanan internet banking. Pengalaman secara umum merupakan peristiwa atau kejadian yang pernah dialami (dijalani, dirasakan, ditanggung) oleh setiap individu. Pada penelitian Taylor dan Todd (1995) juga menemukan perbedaan yang signifikan antara pemakai sistem yang berpengalaman dan mereka yang belum berpengalaman dalam menentukan untuk menggunakan terus sebuah sistem. pemakai yang lebih berpengalaman akan mempengaruhi perilaku yang belum berpengalaman, pengaruh kemudahan dan manfaat merupakan penentu paling kuat mempengaruhi perilaku pemakai yang berpengalaman dibandingkan dengan pemakai yang belum berpengalaman. Dapat diartikan bahwa seseorang yang pernah merasakan menggunakan layanan *internet banking* akan mempengaruhi perilaku pengguna untuk menggunakan internet banking tersebut. Dimana pengalaman seseorang yang pernah

menggunakan internet banking akan merasakan manfaat dan mudahnya sistem tersebut dan akan terus menggunakan.

H4 : Pengalaman berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking*

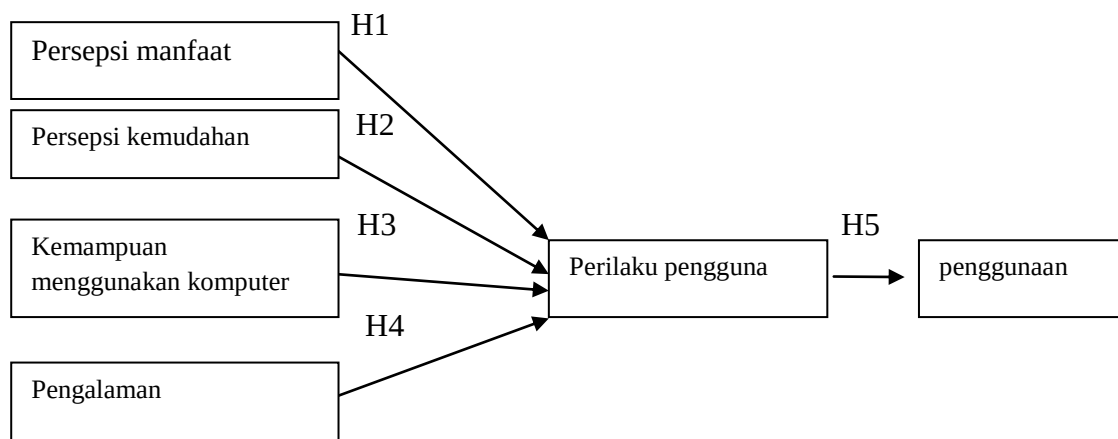
2.10.5 Pengaruh Perilaku Pengguna terhadap Penggunaan *Internet Banking*

Perilaku merupakan totalitas penghayatan dan aktivitas, yang merupakan hasil akhir jalinan yang saling mempengaruhi antara berbagai macam gejala seperti perhatian, pengamatan, pikiran, ingatan, dan fantasi. (Notoatmodjo, 2003). Menurut Skinner dalam Notoatmodjo (1997), mengemukakan bahwa perilaku merupakan hasil hubungan antara rangsangan (stimulus) dan tanggapan (respon). Sedangkan menurut Taufik (2007), perilaku merupakan suatu kegiatan atau kegiatan organisme makhluk hidup yang bersangkutan. Perilaku yang dimaksudkan adalah kecenderungan untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi dapat dilihat dari perilaku pengguna terhadap teknologi tersebut seperti motivasi untuk tetap menggunakan serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi intensitasnya dalam menggunakan internet banking, semakin menunjukkan keberhasilan sistem dan meningkatkan keyakinan pada layanan internet banking tersebut. Perilaku positif ditunjukkan sebagai keyakinan bahwa layanan ini dapat bermanfaat dalam pekerjaannya, perilaku yang menyatakan ketidaksukaan disebabkan karena kesukaran dalam menjalankan aplikasi teknologi layanan internet tersebut. Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati (2007) menyatakan bahwa Penggunaan *Internet Banking* dapat menjadi tolak ukur tingkat keberhasilan sistem yang diukur berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan (Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati, 2007).

H5 : Perilaku pengguna berpengaruh positif terhadap penggunaan *internet banking*

2.11 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Variabel terikat dalam penelitian ini penggunaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain : Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, kemampuan menggunakan komputer dan pengalaman.



Gambar 2

Model penelitian yang akan diteliti

BAB III

METODOLOGI

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan dari obyek penelitian (Suharsimi, 2002). Populasi adalah himpunan atau obyek yang banyaknya terbatas dan tidak terbatas. Populasi bisa terdiri atas orang dan dapat pula berupa objek tertentu (Pabundu Tika, Moh: 2006;33). Menurut Malhotra (2005;364) populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking.

Sampel yaitu, sebagian dari seluruh individu yang menjadi objek penelitian. Tujuannya untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati hanya sebagian dari populasi (Mardalis:2006;55). Menurut Pabundu Tika (2006;33) sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bias, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannyapun bisa keliru karena tidak dapat mewakili populasinya. Sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Menurut pendapat Supranto, (1994:27), Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu metode

pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini antara lain:

1. Nasabah yang menggunakan internet
2. Nasabah yang pernah menggunakan layanan *internet banking*

Untuk besarnya sampel dalam penelitian ini ditetapkan sesuai dengan *rules of thumb* yang dikemukakan oleh Roscoe (2011), yaitu jumlah sampel minimal sebanyak 30 responden. Oleh karena itu, dalam penelitian ini jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 orang.

3.2 Sumber Data dan Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan menggunakan kuisisioner, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menyebarkan kuisisioner dengan melalui internet dan menyebarkan kuisisioner kepada nasabah untuk menyelesaikan masalah yang diteliti. Kuisisioner berupa pertanyaan tertulis dalam lembar formulir yang dibagikan secara langsung untuk memperoleh jawaban dan informasi atas masalah yang diteliti. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner terstruktur, dimana jawaban pertanyaan yang diajukan kepada responden sudah disediakan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data diambil dengan cara meletakkan data kuisisioner di situs-situs social networking seperti www.facebook.com, www.twitter.com, dan melalui

instant messenger seperti *blackberry messenger*.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian akan diukur dengan menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang dengan memberi skor kepada masing – masing alternatif jawaban. Pengukuran variabel-variabel tersebut nantinya akan ditentukan berdasarkan item-item pertanyaan yang telah disediakan dalam kuesioner yang didukung dengan skala Likert. Setiap item pertanyaan diukur dengan menggunakan skala likert mulai dari 1 untuk sangat tidak setuju sampai 4 untuk sangat setuju.

1 Persepsi manfaat (X1)

suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan sebuah sistem akan mampu meningkatkan kinerja orang tersebut. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Persepsi manfaat adalah penggunaan *internet banking* mampu melakukan tugas-tugas lebih cepat, menambah tingkat efektivitas dalam menggunakan jasa perbankan, peningkatan efisiensi dalam menggunakan jasa perbankan, dan mampu melakukan tugas perbankan dengan mudah sehingga *internet banking* dianggap dapat memberikan manfaat dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan nasabah. Acuan pengukuran variabel persepsi manfaat diadopsi dari penelitian Chau dan Lai (2003).

2 Persepsi kemudahan penggunaan (X2)

Persepsi Kemudahan Penggunaan atas *internet banking* didefinisikan sebagai merujuk pada keyakinan individu bahwa *internet banking* tidak sulit untuk dipelajari dan tidak dibutuhkan usaha yang besar untuk dipahami oleh pengguna atau nasabah. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan adalah interaksi antara individu dengan sistem *internet banking* jelas dan mudah dimengerti, kepercayaan kepada *internet banking* yang mudah digunakan, sistem mudah untuk digunakan dalam menyelesaikan tugas-tugas perbankan. Diadopsi dari kuisioner Chau dan Lai (2003).

3 Kemampuan menggunakan komputer (X3)

Kemampuan menggunakan komputer merupakan tingkat kapabilitas komputasi nasabah dalam menggunakan *online banking*. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Kemampuan menggunakan komputer* adalah pengguna dapat mengoperasikan komputer, pemahaman terhadap istilah/kata-kata yang berkaitan dengan komputer, kemampuan menjalankan perintah-perintah penting untuk dapat mengoperasikan komputer, kesenangan menggunakan komputer untuk menyelesaikan tugas-tugas pengguna. Diadaptasikan dari Wang et al. (2003)

4 Pengalaman (X4)

Pengalaman merupakan peristiwa atau kejadian yang pernah dialami oleh setiap individu, yang mengukur bahwa sewaktu individual menjadi lebih

berpengalaman dengan teknologi informasi, maka minat individual tersebut lebih kuat untuk menggunakan teknologi. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah pengetahuan bahwa layanan internet banking menyediakan pelayanan yang baik, pengetahuan bahwa perilaku internet banking dapat diketahui. Variabel pengalaman ini diadopsi dari Thomson (2004).

5 Perilaku pengguna (Z)

Pembentukan sikap terhadap internet banking didapatkan dari pengetahuan yang berbentuk pengalaman dalam penggunaan, dimana seseorang telah mampu menerima teknologi internet banking dan mengaplikasikan internet banking untuk transaksi yang berhubungan dengan perbankan. Indikator penelitian ini adalah keperluan dalam menggunakan internet banking, kebaikan dalam menggunakan internet banking, dan sikap terhadap penggunaan internet banking. Diadopsi dari kuisioner Chau dan Lai (2003)

6 Penggunaan (Y)

Penggunaan *Internet Banking* adalah kondisi nyata nasabah yang menggunakan *internet banking* yang dikonsepskan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah dalam bertransaksi melalui *internet banking*. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Penggunaan *internet Banking* adalah keinsentifan dalam bertransaksi melalui internet banking, frekuensi penggunaan, penggunaan internet banking untuk berbagai transaksi, dan penggunaan layanan internet banking yang berbeda-beda untuk menunjang bisnis. Diadopsi dari penelitian

bhattacharjee dan sanford (2006)

3.4 Hipotesis Operasional

3.4.1 Persepsi Manfaat

H0₁: persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking*. ($\beta_1 \leq 0$)

HA₁: persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking* ($\beta_1 > 0$)

3.4.2 Persepsi Kemudahan

H0₂: persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking* ($\beta_2 \geq 0$)

HA₂: persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking*. ($\beta_2 < 0$)

3.4.3 Kemampuan Menggunakan Komputer

H0₃: kemampuan menggunakan komputer tidak berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking* ($\beta_3 \leq 0$)

HA₃: kemampuan menggunakan komputer berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking*. ($\beta_3 > 0$)

3.4.4 Pengalaman

H0₄: pengalaman tidak berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking*. ($\beta_4 \leq 0$)

HA₄: pengalaman berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *internet banking* ($\beta_4 > 0$)

3.4.5 Perilaku Pengguna

H0₅ : Perilaku pengguna tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan *internet banking*. ($\beta_5 \leq 0$)

HA₅ : Perilaku pengguna berpengaruh positif terhadap penggunaan *internet banking*. ($\beta_5 > 0$)

3.5 Metode Analisa Data

3.5.1 Analisa Deskriptif

Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dilakukan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau memberikan gambaran tentang data sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum.

3.5.2 Analisa Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka–angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Menurut Hermawan (1992) dalam Nazar (2005) pengolahan data dengan analisis kuantitatif melalui tahapan–tahapan sebagai berikut :

1. Editing, yaitu memilih dan mengambil data yang diperlukan serta membuang data yang dianggap tidak diperlukan untuk memudahkan perhitungan dalam penyajian hipotesis. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam tahap ini adalah:
 - a. Kesesuaian jawaban dengan pertanyaan yang diajukan
 - b. Kelengkapan pengisian daftar jawaban
 - c. Konsistensi jawaban responden
2. Coding, yaitu kegiatan memberikan tanda berupa angka pada jawaban responden yang diterima. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan jawaban.
 - a. Scoring, yaitu kegiatan yang berupa penelitian atau pengharapan yang berupa angka–angka kuantitatif yang diperlukan dalam penghitungan hipotesis. Dalam penelitian ini, jawaban yang diberikan oleh konsumen kemudian diberi skor dengan mengacu pada pengukuran data interval (interval scale), yaitu dengan teknik agree-disagree scale dengan mengembangkan pernyataan

yang menghasilkan jawaban setuju–tidak setuju dalam berbagai rentang nilai (Ferdinand, 2006 dalam Hermawati, 2010).

Adapun tahap–tahap analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Uji validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur (Arikunto, 1997). Adapun caranya adalah dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS for Windows Versi 13. Dalam penelitian ini, sebelum dilakukan pengujian validitas terhadap 100 responden, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap 30 responden untuk menguji alat ukur tersebut dapat dipergunakan atau tidak. Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai P Value / Signifikansi $< 0,05$ maka item/pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya (Ghozali, 2001).

2) Uji reliabilitas

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya relatif sama maka alat ukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama (Ancok, 1989).

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS for Windows Versi 13. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan terhadap 100 responden setelah dilakukan pengujian terhadap 30 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai Alpha melebihi 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut reliabel dan jika nilai Alpha kurang dari 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut tidak reliabel (Ghozali, 2001).

3. Analisa Regresi

1. Analisa regresi linier berganda, yaitu alat analisis yang digunakan untuk meneliti pengaruh variabel independen yang terdiri dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kemampuan menggunakan komputer, dan pengalaman terhadap variabel dependen yaitu perilaku.

Rumus :

$$Y1 = \alpha_1 + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X3 + \beta_4 X4 + \epsilon_1$$

2. Analisa regresi sederhana, yaitu alat analisis yang digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antarvariabel dan merupakan hubungan fungsional antara satu variabel prediktor dengan satu variabel kriterium.

Rumus :

$$Y2 = \alpha_2 + \beta_5 Y1 + \epsilon_2$$

keterangan

α = konstanta

X1 = persepsi manfaat

X2 = persepsi kemudahan penggunaan

X3 = kemampuan menggunakan komputer

X4 = pengalaman

Y2 = penggunaan

Y1 = perilaku pengguna

e = kesalahan baku

4. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji normalitas data adalah pengujian terhadap normal tidaknya sebaran data yang akan dianalisis (Suharsimi Arikunto, 2009). 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 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

cara analisis yang dilakukan adalah dengan menggunakan grafik normal plot, dimana :

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

- b. Multikolonieritas adalah korelasi antara variabel independen satu dengan yang lain. “Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen” (Imam Ghazali, 2006). 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. Ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance Value* ≥ 5 atau sama dengan nilai $VIF \leq 5$ maka tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independennya (Madalla, 1999).
- c. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Imam Ghazali, 2006). Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda

disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Cara menganalisis asumsi heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana :

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

Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah Uji Glejser dengan nilai umum yang dipakai adalah probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% (Imam Ghazali, 2006).

Dari hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui koefisien regresi yang diperoleh mempunyai pengaruh yang positif atau negatif, baik secara simultan atau parsial dan mengetahui pula seberapa besar pengaruhnya. Dalam melakukan pengolahan data dengan regresi perlu dilakukan beberapa pengujian antara lain :

1. Teknik koefisien determinasi

Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan secara simultan antara variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kemampuan menggunakan komputer, dan pengalaman terhadap penggunaan internet banking. Butir yang digunakan dalam pengumpulan data adalah butir yang valid (Imam Ghozali, 2006).

2. Uji hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Langkah-langkah untuk melakukan pengujian adalah:

1. Menentukan Hipotesis

- a. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 \dots b_n = 0$
- b. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \dots b_n \neq 0$
- c. Menentukan tingkat signifikansi 0,05.

2. Menghitung probabilitas dan kemudian membandingkannya dengan tingkat signifikan.

Kriteria pengujiannya adalah:

- a. H_0 diterima dan H_a ditolak yaitu apabila nilai probabilitas lebih dari nilai $\alpha = 0,05$ yang berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

- b. H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu apabila nilai probabilitas kurang dari nilai $\alpha = 0,05$ yang berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan analisis hasil mengenai “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kemampuan Menggunakan Komputer dan Pengalaman terhadap Penggunaan Internet Banking”. Pembahasan analisis hasil penelitian ini dimulai dari analisis kuantitatif yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, profil responden, analisis deskripsi variabel penelitian, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis.

Seperti telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden penelitian yaitu mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking yang diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini disebarkan 100 kuesioner pada 100 responden. Kuesioner yang dikembalikan sebanyak 100 eksemplar, jadi respon *rate*-nya sebanyak 100,0%. Kuesioner yang terjawab lengkap dengan baik dan layak dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 100 kuesioner.

Rincian perolehan kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran rekapitulasi data. Setelah data terkumpul, kemudian data diedit (*editing*), diberi kode (*coding*), dan ditabulasikan (*tabulating*). Untuk selanjutnya dianalisis dengan bantuan program statistik komputer *SPSS for Windows Release 13.00*.

4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

4.1.1. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat nilai signifikansinya (probabilitas statistik) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 30 responden, maka dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai probabilitas statistik $< level\ of\ significant\ 5\% = 0,05$, maka dapat dinyatakan item tersebut valid, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid. Selanjutnya kuesioner tersebut akan digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item-item Variabel Motivasi

Item	Probabilitas Statistik (Sig.)	<i>Level of Significant</i>	Keterangan
X _{1,1}	0,000	0,05	Valid
X _{1,2}	0,000	0,05	Valid
X _{1,3}	0,000	0,05	Valid
X _{1,4}	0,000	0,05	Valid
X _{2,1}	0,000	0,05	Valid
X _{2,2}	0,000	0,05	Valid
X _{2,3}	0,000	0,05	Valid
X _{3,1}	0,000	0,05	Valid
X _{3,2}	0,000	0,05	Valid
X _{3,3}	0,000	0,05	Valid

X _{3.4}	0,000	0,05	Valid
X _{4.1}	0,000	0,05	Valid
X _{4.2}	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Dari Tabel 4.1 tersebut di atas dapat diketahui bahwa probabilitas statistik < 0,05, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kemampuan menggunakan komputer, pengalaman, dan perilaku pengguna adalah valid.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item-item Variabel Penggunaan

Item	Probabilitas Statistik	<i>Level of Significant</i>	Keterangan
Y _{1.1}	0,000	0,05	Valid
Y _{1.2}	0,000	0,05	Valid
Y _{1.3}	0,000	0,05	Valid
Y _{2.1}	0,000	0,05	Valid
Y _{2.2}	0,000	0,05	Valid
Y _{2.3}	0,000	0,05	Valid
Y _{2.4}	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Dari Tabel 4.2 tersebut di atas dapat diketahui bahwa probabilitas statistik < 0,05, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan penggunaan karyawan adalah valid.

4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas

Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*, dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 30 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{\alpha} > 0,60$. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 13.00*. Dari hasil perhitungan semua item diperoleh nilai r_{α} lebih besar dari 0,60. Dengan demikian disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut reliabel. Berikut ini hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian :

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Persepsi manfaat	0,912	0,60	Reliabel
Persepsi kemudahan	0,882	0,60	Reliabel
Kemampuan menggunakan	0,814	0,60	Reliabel
Pengalaman	0,814	0,60	Reliabel
Perilaku pengguna	0,877	0,60	Reliabel
Penggunaan	0,705	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Dari Tabel 4.3 tersebut di atas dapat diketahui bahwa koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kemampuan

menggunakan komputer, pengalaman, perilaku pengguna, dan penggunaan adalah reliabel.

4.2. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden, maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.4

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	49	49,0%
2	Perempuan	51	51,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah perempuan sebanyak 51 responden atau 51,0% dan laki-laki sebanyak 49 responden atau 49,0%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet

banking lebih banyak dari jenis kelamin perempuan yang secara kebetulan bisa berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian.

b. Umur

Berdasarkan umur, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.5
Kasifikasi Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	19-21	68	68,0%
2	22-24	27	27,0%
3	25-27	4	4,0%
4	28-30	1	1,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar berusia antara 19 sampai 21 tahun sebanyak 68 responden atau 68,0% dan sebagian kecil berusia antara 28 sampai 30 tahun sebanyak 1 responden atau 1,0%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi umur mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking kebanyakan usia remaja.

c. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.6
Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	Diploma (III)	5	5,0%
2	Strata1	95	95,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 4.6 tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar berpendidikan Strata1 sebanyak 95 responden atau 95,0% dan berpendidikan Diploma (III) sebanyak 5 responden atau 5,0%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pendidikan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking di Yogyakarta mayoritas mempunyai pendidikan tinggi (strata 1).

4.3. Analisis Data

1. Analisis Deskripsi Variabel

Tabel 4.7
Penilaian Responden terhadap Persepsi Manfaat

Item	Mean	Kategori
X1.1	3,18	Setuju
X1.2	3,13	Setuju

X1.3	3,23	Setuju
X1.4	3,17	Setuju
X1	3,18	Setuju

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai indikator variabel persepsi manfaat mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking, Setuju (Mean 3,18). Hal ini menunjukkan responden bisa melakukan tugas-tugas perbankan responden lebih cepat dengan internet banking, responden bisa melakukan tugas-tugas perbankan responden lebih mudah dengan internet banking, internet banking meningkatkan efektivitas responden dalam menggunakan jasa perbankan, dan internet banking meningkatkan efisiensi responden dalam menggunakan jasa perbankan.

Tabel 4.8

Penilaian Responden terhadap Persepsi Kemudahan

Item	Mean	Kategori
X2.1	3,12	Setuju
X2.2	3,12	Setuju
X2.3	3,18	Setuju
X2	3,14	Setuju

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai indikator variabel persepsi

kemudahan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking, Setuju (Mean 3,14). Hal ini menunjukkan bahwa belajar menggunakan internet banking adalah hal mudah bagi responden, responden mengetahui bahwa mudah untuk menggunakan internet banking dalam menyelesaikan tugas-tugas perbankan responden, dan secara keseluruhan, responden percaya internet banking mudah untuk digunakan.

Tabel 4.9
Penilaian Responden terhadap
Kemampuan Menggunakan Komputer

Item	Mean	Kategori
X3.1	3,67	Sangat Setuju
X3.2	3,50	Sangat Setuju
X3.3	3,53	Sangat Setuju
X3.4	3,74	Sangat Setuju

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai indikator variabel kemampuan menggunakan komputer Mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking, Sangat Setuju (Mean 3,74). Hal ini menunjukkan bahwa responden bisa mengoperasikan komputer, responden bisa memahami istilah/kata-kata yang berkaitan dengan komputer, responden bisa menjalankan perintah-perintah penting untuk dapat mengoperasikan komputer, dan responden merasa senang menggunakan komputer untuk menyelesaikan tugas-tugas responden.

Tabel 4.10**Penilaian Responden terhadap Pengalaman**

Item	Mean	Kategori
X4.1	3,18	Setuju
X4.2	3,00	Setuju
X4	3,09	Setuju

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai indikator variabel pengalaman Mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking, Setuju (Mean 3,09). Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan pengalaman responden menggunakan internet, responden dapat mengetahui bahwa internet banking akan menyediakan pelayanan yang baik dan berdasarkan pengalaman responden menggunakan internet, responden dapat mengetahui bahwa perilaku internet banking dapat diketahui.

Tabel 4.11**Penilaian Responden terhadap Perilaku Pengguna**

Item	Mean	Kategori
Y1.1	3,02	Setuju
Y1.2	3,01	Setuju
Y1.3	3,22	Setuju

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai indikator variabel perilaku pengguna Mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking, Setuju (Mean 3,22). Hal ini menunjukkan menurut responden, menggunakan internet banking adalah perlu, menurut responden, menggunakan intrnet banking adalah baik untuk responden, dan secara keseluruhan, sikap responden terhadap penggunaan internet banking adalah positif.

Tabel 4.12

Penilaian Responden terhadap Penggunaan

Item	Mean	Kategori
Y2.1	1,95	Tidak Setuju
Y2.2	1,87	Tidak Setuju
Y2.3	2,72	Setuju
Y2.4	2,46	Tidak Setuju

Sumber : Data Primer, Diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai indikator variabel penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking, Tidak Setuju (Mean 2,46). Hal ini menunjukkan bahwa responden bertransaksi melalui internet banking secara intensif (misal : lebih dari 1 jam), responden sering bertransaksi melalui internet banking (misal : beberapa kali dalam 1 hari), responden menggunakan internet banking untuk berbagai transaksi (misal : pembayaran, penjualan, pembelian, dll), dan responden menggunakan layanan internet banking yang berbeda- beda untuk menunjang bisnis.

2. Analisis Kuantitatif

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan (X_2), kemampuan menggunakan komputer (X_3), dan pengalaman (X_4) terhadap perilaku pengguna (Y_1) dan perilaku pengguna terhadap variabel dependen yaitu penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y). Berikut ini tabel hasil Regresi Berganda :

Tabel 4.13
Hasil Regresi Linier

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	Probabilitas
Konstanta	1,288	0,432	0,004
Persepsi manfaat (X_1)	0,274	0,104	0,010
Persepsi kemudahan (X_2)	0,212	0,100	0,037
Kemampuan menggunakan komputer (X_3)	0,116	0,061	0,024
Pengalaman (X_4)	0,219	0,087	0,013
Perilaku pengguna (Y_1)-(Y2)	0,552	0,111	0,000
R^2 : 0,353			
Adjusted R^2 : 0,326			
F-statistik : 12,953			

N	: 100
---	-------

Sumber: Hasil Regresi Linier, 2013.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program statistik komputer *SPSS for Windows Release 13.00* diperoleh hasil persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut :

$$Y_1 = 1,288 + 0,274X_1 + 0,212X_2 + 0,116X_3 + 0,219X_4$$

$$Y_2 = 0,548 + 0,552Y_1$$

Pada persamaan di atas ditunjukkan pengaruh variabel persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), kemampuan menggunakan komputer (X3), dan pengalaman (X4) terhadap perilaku pengguna (Y1) dan perilaku pengguna (Y1) terhadap penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y2). Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah:

- 1) Konstanta (b_0) = 1,288

Artinya apabila variabel persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), kemampuan menggunakan komputer (X3), dan pengalaman (X4), maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y₁) sama dengan nol (tidak ada perubahan) sebesar 1,288.

- 2) Koefisien regresi persepsi manfaat (b_1) = 0,274

Koefisien regresi positif (searah) artinya, jika persepsi manfaat (X1) meningkat, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi

menggunakan internet banking (Y_1) akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel X_2 , X_3 , dan X_4 , konstan.

3) Koefisien regresi persepsi kemudahan (b_2) = 0,212

Koefisien regresi positif (searah) artinya, jika persepsi kemudahan (X_2) meningkat, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_1) akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel X_1 , X_3 , dan X_4 konstan.

4) Koefisien regresi kemampuan menggunakan komputer (b_3) = 0,116

Koefisien regresi positif (searah) artinya, jika kemampuan menggunakan komputer (X_3) meningkat, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_1) akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel X_1 , X_2 , dan X_4 konstan.

5) Koefisien regresi pengalaman (b_4) = 0,219

Koefisien regresi positif (searah) artinya, jika pengalaman (X_4) meningkat, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_1) akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel X_1 , X_2 , dan X_3 konstan.

6) Koefisien regresi perilaku pengguna (b_5) = 0,552

Koefisien regresi positif (searah) artinya, jika perilaku pengguna (Y_1) meningkat, maka penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_2) akan meningkat dan sebaliknya.

3. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2001). Untuk menguji normalitas, dapat menganalisis dengan melihat nilai probabilitasnya. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* sbb:

Tabel 4.14

Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test*

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
Residual 1	0,135	0,05	Normalitas
Residual 2	0,116	0,05	Normalitas

Sumber: Lampiran Hasil Uji Normalitas, 2013.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* di atas terlihat bahwa nilai probabilitas $> 0,05$, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana salah satu atau lebih variabel independen dapat dinyatakan sebagai kombinasi linier dari variabel independen lainnya. Salah satu asumsi regresi linier klasik adalah tidak adanya

multikolinearitas sempurna (*no perfect multikolinearitas*). Suatu model regresi dikatakan terkena multikolinearitas apabila terjadi hubungan linier yang *perfect* atau *exact* diantara beberapa atau semua variabel bebas. Akibatnya akan sulit untuk melihat pengaruh secara individu variabel bebas terhadap variabel tak bebas (Madalla, 1999: 269-270). Pendeteksian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode VIF.

Kriteria pengujian :

Jika $VIF > 5$, maka H_0 ditolak

Jika $VIF < 5$, maka H_0 diterima

Hasil uji multikolinearitas dengan metode VIF sbb :

Tabel 4.15

Hasil Uji Multikolinearitas dengan Metode VIF

Variabel	VIF	Nilai Kritis	Keterangan
X ₁	1,605	5	Tidak terkena multikolinearitas
X ₂	1,522	5	Tidak terkena multikolinearitas
X ₃	1,031	5	Tidak terkena multikolinearitas
X ₄	1,405	5	Tidak terkena multikolinearitas

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data Uji VIF, 2013.

- Hasil uji :

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dengan metode VIF, nilai VIF < 5 , artinya bahwa semua variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas, sehingga tidak membiaskan interpretasi hasil analisis regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Homoskedastisitas adalah situasi dimana varian (σ^2) dari faktor pengganggu atau *disturbance term* adalah sama untuk semua observasi X. Penyimpangan terhadap asumsi ini yaitu disebut heteroskedastisitas yaitu apabila nilai varian (σ^2) variabel tak bebas (Y_i) meningkat sebagai akibat dari meningkatnya varian dari variabel bebas (X_i), maka varian dari Y_i tidak sama (Insukindro, 2001:62). Pendeteksian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Glejser*. Caranya dengan melihat nilai probabilitas $> 0,05$, sehingga tidak terkena heteroskedastisitas (Ghozali, 2001:73).

Hasil uji heteroskedastisitas dengan *Glejser* sbb :

Tabel 4.16

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Glejser*

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
X_1	0,513	0,05	Homoskedastisitas
X_2	0,472	0,05	Homoskedastisitas
X_3	0,525	0,05	Homoskedastisitas
X_4	0,374	0,05	Homoskedastisitas
Y_1	0,692	0,05	Homoskedastisitas

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data Uji heteroskedastisitas, 2013.

- Hasil uji :

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *Glejser* terlihat bahwa nilai probabilitas $> 0,05$. Hal ini berarti model yang diestimasi bebas dari heteroskedastisitas.

4.4. Pengujian Hipotesis

Uji *t* digunakan untuk membuktikan pengaruh antara variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kemampuan menggunakan komputer, dan pengalaman terhadap perilaku pengguna dan perilaku pengguna terhadap penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking secara parsial. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program statistik komputer *SPSS for Windows Release 13.00* dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut :

1. Pengujian hubungan variabel persepsi manfaat (X_1) terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_1).
 - a. Dengan taraf nyata (α) = 5% = 0,05 dan hasil perhitungan regresi linier berganda diperoleh nilai probabilitas-statistik = 0,010.
 - b. Berdasarkan hasil olah data diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima dikarenakan nilai probabilitas-statistik $< Level\ of\ Significant$ maka disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara persepsi manfaat (X_1)

terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_1).

2. Pengujian hubungan variabel persepsi kemudahan (X_2) terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_1)
 1. Dengan taraf nyata (α) = 5% = 0,05 dan hasil perhitungan regresi linier berganda diperoleh nilai probabilitas-statistik = 0,037.
 2. Berdasarkan hasil olah data diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima dikarenakan nilai probabilitas-statistik < *Level of Significant*, maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan (X_2) terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_1).
3. Pengujian hubungan variabel kemampuan menggunakan komputer (X_3) terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_1).
 - a. Dengan taraf nyata (α) = 5% = 0,05 dan hasil perhitungan regresi linier berganda diperoleh nilai probabilitas-statistik = 0,024.
 - b. Berdasarkan hasil olah data diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima dikarenakan nilai probabilitas-statistik < *Level of Significant*, maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kemampuan menggunakan komputer (X_3) terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_1).

4. Pengujian hubungan variabel pengalaman (X_4) terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_1).
 - a. Dengan taraf nyata (α) = 5% = 0,05 dan hasil perhitungan regresi linier berganda diperoleh nilai probabilitas-statistik = 0,013.
 - b. Berdasarkan hasil olah data diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima dikarenakan nilai probabilitas-statistik < *Level of Significant*, maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pengalaman (X_4) terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_1).
5. Pengujian hubungan variabel perilaku pengguna (Y_1) dengan penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_2).
 - a. Dengan taraf nyata (α) = 5% = 0,05 dan hasil perhitungan regresi linier berganda diperoleh nilai probabilitas-statistik = 0,000.
 - b. Berdasarkan hasil olah data diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima dikarenakan nilai probabilitas-statistik < *Level of Significant*, maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara perilaku pengguna (Y_1) terhadap penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y_2).

Tabel 4.17

Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Koefisien	probabilitas	Keterangan
H ₁ : persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna	0,274	0,010	Ho ditolak Ha diterima
H ₂ : persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna	0,212	0,037	Ho ditolak Ha diterima
H ₃ : kemampuan menggunakan komputer berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna	0,116	0,024	Ho ditolak Ha diterima
H ₄ : pengalaman berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna	0,219	0,013	Ho ditolak Ha diterima
H ₅ : perilaku pengguna berpengaruh positif terhadap penggunaan	0,552	0,000	Ho ditolak Ha diterima

4.5. R² (Koefisien Determinasi)

Hasil dari regresi diperoleh R² (Koefisien Determinasi atau *R Square*) sebesar 0,353 artinya variabel dependen (Y) dalam model yaitu penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y) dijelaskan oleh variabel independen (X) yaitu variabel persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), kemampuan menggunakan komputer (X3), dan pengalaman (X4) sebesar 35,3%, sedangkan sisanya sebesar 64,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Hasil dari regresi diperoleh R² (Koefisien Determinasi atau *R Square*) sebesar 0,201 artinya variabel dependen (Y) dalam model yaitu perilaku pengguna

mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y) dijelaskan oleh variabel independen (X) yaitu variabel persepsi penggunaan (Y1) sebesar 20,1%, sedangkan sisanya sebesar 79,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model

4.6. Pembahasan

Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking. Hal ini dapat diartikan, jika persepsi manfaat meningkat dalam arti bahwa responden bisa melakukan tugas-tugas perbankan responden lebih cepat dengan internet banking, responden bisa melakukan tugas-tugas perbankan responden lebih mudah dengan internet banking, internet banking meningkatkan efektivitas responden dalam menggunakan jasa perbankan, dan internet banking meningkatkan efisiensi responden dalam menggunakan jasa perbankan, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian Eveleth dkk (2007); Gong & Xu (2004); Hubona & Geitz (1997); Malhotra & Galletta (1999) mendukung hipotesis bahwa persepsi manfaat berpengaruh pada perilaku.

Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking. Hal ini dapat diartikan, jika persepsi kemudahan meningkat dalam arti bahwa belajar menggunakan internet banking adalah hal mudah bagi responden, responden mengetahui bahwa mudah untuk menggunakan internet banking dalam menyelesaikan tugas-tugas perbankan responden, dan secara keseluruhan, responden percaya internet banking mudah untuk digunakan, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet

banking akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian Eveleth dkk (2007); Gong & Xu (2004); Hubona & Geitz (1997); Malhotra & Galletta (1999) mendukung hipotesis bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh pada perilaku.

Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel kemampuan menggunakan komputer mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking. Hal ini dapat diartikan, jika kemampuan menggunakan komputer meningkat dalam arti bahwa responden bisa mengoperasikan komputer, responden bisa memahami istilah/kata-kata yang berkaitan dengan komputer, responden bisa menjalankan perintah-perintah penting untuk dapat mengoperasikan komputer, dan responden merasa senang menggunakan komputer untuk menyelesaikan tugas-tugas responden, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking akan mengalami peningkatan. Compeau dan Higgins (1991) dalam Taylor dan Todd (1995) menyampaikan bahwa tingkat kemampuan menggunakan komputer yang tinggi akan mengarahkan pengguna teknologi informasi kepada tingkat minat dan penggunaan informasi teknologi yang lebih tinggi

Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel pengalaman mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking. Hal ini dapat diartikan, jika pengalaman meningkat dalam arti bahwa jika, berdasarkan pengalaman responden menggunakan internet, responden dapat mengetahui bahwa internet banking akan menyediakan pelayanan yang baik dan berdasarkan

pengalaman responden menggunakan internet, responden dapat mengetahui bahwa perilaku internet banking dapat diketahui, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking akan mengalami peningkatan. Pada penelitian Taylor dan Todd (1995) juga menemukan perbedaan yang signifikan antara pemakai sistem yang berpengalaman dan mereka yang belum berpengalaman dalam menentukan untuk menggunakan terus sebuah sistem. pemakai yang lebih berpengalaman akan mempengaruhi perilaku yang belum berpengalaman, pengaruh kemudahan dan manfaat merupakan penentu paling kuat mempengaruhi perilaku pemakai yang berpengalaman dibandingkan dengan pemakai yang belum berpengalaman.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel perilaku pengguna mempunyai pengaruh signifikan terhadap penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking. Hal ini dapat diartikan, jika perilaku pengguna meningkat dalam arti bahwa jika menurut responden, menggunakan internet banking adalah perlu, menurut responden, menggunakan intrnet banking adalah baik untuk responden, dan secara keseluruhan, sikap responden terhadap penggunaan internet banking adalah positif, maka penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking akan mengalami peningkatan. Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati (2007) menyatakan bahwa Penggunaan *Internet Banking* dapat menjadi tolak ukur tingkat keberhasilan sistem yang diukur berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan (Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati, 2007).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dan saran ini merupakan dari penelitian mengenai “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kemampuan Menggunakan Komputer dan Pengalaman terhadap Penggunaan Internet Banking”. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran akan diuraikan sebagai berikut :

1. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking. Hal ini dapat diartikan, jika persepsi manfaat meningkat, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking juga akan mengalami peningkatan.
2. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking. Hal ini dapat diartikan, jika persepsi kemudahan meningkat, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking juga akan mengalami peningkatan.
3. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel kemampuan menggunakan komputer mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku

pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking. Hal ini dapat diartikan, jika kemampuan menggunakan komputer meningkat, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking juga akan mengalami peningkatan.

4. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel pengalaman mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking. Hal ini dapat diartikan, jika pengalaman meningkat, maka perilaku pengguna mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking juga akan mengalami peningkatan.
5. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel perilaku pengguna mempunyai pengaruh signifikan terhadap penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking. Hal ini dapat diartikan, jika perilaku pengguna meningkat, maka penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking juga akan meningkat.

5.2. Keterbatasan

1. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu terletak hanya pada mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking dan hanya meneliti 100 responden sehingga tidak dapat mewakili seluruh segmen nasabah yang menggunakan internet *banking*.

2. Melihat koefisien determinasi yang mempengaruhi kepercayaan sistem hanya sebesar 35,3%, artinya pengaruh variabel dependen (Y) yaitu penggunaan mahasiswa FE UII akuntansi yang bertransaksi menggunakan internet banking (Y) dijelaskan oleh variabel independen (X) yaitu variabel persepsi manfaat (X₁), persepsi kemudahan (X₂), kemampuan menggunakan komputer (X₃), dan pengalaman (X₄) sebesar 35,3%, sedangkan sisanya sebesar 64,7% menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain diluar penelitian ini yang diduga mempengaruhi penggunaan internet *banking*.

5.3. Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian tersebut, maka saran untuk peneliti selanjutnya yaitu:

1. Sebaiknya melakukan penelitian yang sama, dengan menambah sampel penelitian ini yang lebih luas tidak hanya terbatas pada kalangan mahasiswa fakultas ekonomi UII, sehingga hasil penelitian akan dapat digeneralisasikan oleh seluruh nasabah yang bertransaksi menggunakan internet *banking*.
2. Model penelitian selanjutnya sebaiknya menambah variabel yang mempengaruhi penggunaan internet *banking* misalnya kepercayaan, privasi, dan lain sebagainya.

5.4. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa secara serentak variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kemudahan menggunakan komputer, dan pengalaman berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *internet banking*. Dengan demikian tingkat penggunaan dapat ditingkatkan dengan perbaikan sistem layanan yang lebih baik dan mudah digunakan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, memberikan implikasi kepada :

1. Nasabah

Setiap nasabah hendaknya memanfaatkan fasilitas yang diberikan kepada pihak bank seperti internet banking, ataupun fasilitas lain. Karena dimana manfaat dan kemudahan sudah dijelaskan didalam penelitian ini, penggunaan internet banking tidak merugikan nasabah.

2. Perbankan

Untuk perbankan yang memberika fasilitas internet banking hendaknya memperhatikan sistem layanan internet banking tersebut apakah sudah memenuhi standar pengguna atau malah mempersulit pengguna, hal ini agar tingkat penggunaan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D.A., R.R. Nelson & P. A. Todd. (1992). Perceives Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication. *MIS Quarterly*. Vol. 16 No. 2: Hal. 227-247.
- Adamson, I., & Shine, J. (2003). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technolgy Analysis & Strategic Management*. Vol. 15 No. 4: pp 441-455.
- Arief Wibowo. (2006). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Diambil dari: <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>, pada tanggal 7 Januari 2012.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Ghozali, Imam (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*.
- Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati. (2007). Determinan Pengadossian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *JAAI*. Vol. 11 No. 2: Hal. 125-139.
- Imam Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilaku*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Rustiana.(2004). *Computer Self Efficacy (CSE) Mahasiswa Akuntansi Dalam Penggunaan Teknologi Informasi: Tinjauan Perspektif Gender*. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. Vol. 6 No. 1: Hal29- 39.

- Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi. (2007). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. Vol. 9 No. 1: Hal 18-28.
- Taylor, S. & Todd, P. A. (1995). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Information Systems Research*. Vol. 6 No. 2: pp 144-175
- Notoatmodjo, Soekidjo (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.

KUISIONER PENELITIAN

Kepada : Yth. Saudara/saudari
di Yogyakarta

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEMAMPUAN MENGGUNAKAN KOMPUTER DAN PENGALAMAN TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET BANKING di YOGYAKARTA” yang disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, maka kami memohon kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuisisioner yang terlampir berikut ini. Kesediaan Saudara/Saudari untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini dan seluruh jawaban yang Saudara/Saudari berikan akan dirahasiakan.

Atas bantuan dan partisipasi Saudara/Saudari, kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, Desember 2012

Dosen pembimbing,

Hormat saya,

Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak.

Melati Putri N

Kuisisioner Penelitian

Kami membutuhkan informasi sosial demografi tentang anda untuk membantu kami dalam mengartikan kuisisioner ini. Untuk menjawab kuisisioner ini, kami mohon untuk memberikan tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih untuk mendiskripsikan anda.

Karakteristik Responden

Nama :

Usia : Tahun

Jenis kelamin : () Laki-laki () Perempuan

Jenjang pendidikan : () Diploma (D3)

() Strata1 (S1)

Nasabah : (Sebutkan)

Alasan anda memilih bank tersebut :

..... ..

Keterangan :

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Setuju
4. Sangat setuju

VARIABEL PENELITIAN

NO.	Persepsi Manfaat	STS	TS	S	SS
1.	Saya bisa melakukan tugas-tugas perbankan saya lebih cepat dengan internet banking				
2.	Saya bisa melakukan tugas-tugas perbankan saya lebih mudah dengan internet banking.				
3.	Internet banking meningkatkan efektivitas saya dalam menggunakan jasa perbankan.				
4.	Internet banking meningkatkan efisiensi saya dalam menggunakan jasa perbankan				
No.	Persepsi Kemudahan Penggunaan	STS	TS	S	SS
1.	Belajar menggunakan internet banking adalah hal mudah bagi saya				
2.	Saya mengetahui bahwa mudah untuk menggunakan internet banking dalam menyelesaikan tugas-tugas perbankan saya				
3.	Secara keseluruhan, saya percaya internet banking mudah untuk digunakan				
No.	Kemampuan menggunakan komputer	STS	TS	S	SS
1.	Saya bisa mengoperasikan komputer				
2.	Saya bisa memahami istilah/kata-kata yang berkaitan dengan komputer				

3.	Saya bisa menjalankan perintah-perintah penting untuk dapat mengoperasikan komputer				
4.	Saya merasa senang menggunakan komputer untuk menyelesaikan tugas-tugas saya				
No.	Pengalaman	STS	TS	S	SS
1.	Berdasarkan pengalaman saya menggunakan internet, saya dapat mengetahui bahwa internet banking akan menyediakan pelayanan yang baik				
2.	Berdasarkan pengalaman saya menggunakan internet, saya dapat mengetahui bahwa perilaku internet banking dapat diketahui				
No.	Perilaku pengguna	STS	TS	S	SS
1.	Menurut saya, menggunakan internet banking adalah perlu				
2.	Menurut saya, menggunakan intrnet banking adalah baik untuk saya				
3.	Secara keseluruhan, sikap saya terhadap penggunaan internet banking adalah positif				
No.	Penggunaan	STS	TS	S	SS
1.	Saya bertransaksi melalui internet banking secara intensif (misal : lebih dari 1 jam)				
2.	Saya sering bertransaksi melalui internet banking (misal : beberapa kali dalam 1 hari)				

3.	Saya menggunakan internet banking untuk berbagai transaksi (misal : pembayaran, penjualan, pembelian, dll)				
4.	Saya menggunakan layanan internet banking yang berbeda- beda untuk menunjang bisnis				

Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,933**	,637**	,665**	,914**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	33	33	33	33	33
X1.2	Pearson Correlation	,933**	1	,712**	,665**	,933**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	33	33	33	33	33
X1.3	Pearson Correlation	,637**	,712**	1	,712**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	33	33	33	33	33
X1.4	Pearson Correlation	,665**	,665**	,712**	1	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	33	33	33	33	33
X1	Pearson Correlation	,914**	,933**	,853**	,856**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	33	33	33	33	33

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	33	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,912	4

Correlations

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,790**	,701**	,929**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	33	33	33	33
X2.2	Pearson Correlation	,790**	1	,655**	,912**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	33	33	33	33
X2.3	Pearson Correlation	,701**	,655**	1	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	33	33	33	33
X2	Pearson Correlation	,929**	,912**	,859**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	33	33	33	33

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	33	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	3

Correlations

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,347*	,618**	,610**	,807**
	Sig. (2-tailed)		,048	,000	,000	,000
	N	33	33	33	33	33
X3.2	Pearson Correlation	,347*	1	,730**	,289	,745**
	Sig. (2-tailed)	,048		,000	,102	,000
	N	33	33	33	33	33
X3.3	Pearson Correlation	,618**	,730**	1	,566**	,907**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000
	N	33	33	33	33	33
X3.4	Pearson Correlation	,610**	,289	,566**	1	,752**
	Sig. (2-tailed)	,000	,102	,001		,000
	N	33	33	33	33	33
X3	Pearson Correlation	,807**	,745**	,907**	,752**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	33	33	33	33	33

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	33	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,814	4

Correlations

Correlations

		X4.1	X4.2	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,700**	,905**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	33	33	33
X4.2	Pearson Correlation	,700**	1	,937**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	33	33	33
X4	Pearson Correlation	,905**	,937**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	33	33	33

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	33	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,814	2

Correlations

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	,666**	,564**	,867**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
	N	33	33	33	33
Y1.2	Pearson Correlation	,666**	1	,781**	,913**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	33	33	33	33
Y1.3	Pearson Correlation	,564**	,781**	1	,866**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
	N	33	33	33	33
Y1	Pearson Correlation	,867**	,913**	,866**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	33	33	33	33

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	33	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,877	2

Correlations

Correlations

		Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2
Y2.1	Pearson Correlation	1	,551**	,302	,252	,693**
	Sig. (2-tailed)		,001	,088	,157	,000
	N	33	33	33	33	33
Y2.2	Pearson Correlation	,551**	1	,373*	,352*	,752**
	Sig. (2-tailed)	,001		,032	,045	,000
	N	33	33	33	33	33
Y2.3	Pearson Correlation	,302	,373*	1	,461**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,088	,032		,007	,000
	N	33	33	33	33	33
Y2.4	Pearson Correlation	,252	,352*	,461**	1	,739**
	Sig. (2-tailed)	,157	,045	,007		,000
	N	33	33	33	33	33
Y2	Pearson Correlation	,693**	,752**	,741**	,739**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	33	33	33	33	33

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	33	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,705	4

Lampiran 4 : Frekuensi Karakteristik Responden

Frequencies

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	3	3,0	3,0	3,0
	20	13	13,0	13,0	16,0
	21	52	52,0	52,0	68,0
	22	21	21,0	21,0	89,0
	23	6	6,0	6,0	95,0
	25	2	2,0	2,0	97,0
	26	1	1,0	1,0	98,0
	27	1	1,0	1,0	99,0
	29	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

JK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	49	49,0	49,0	49,0
	Perempuan	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pddkn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma (III)	5	5,0	5,0	5,0
	Strata1	95	95,0	95,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 5 : Frekuensi Variabel

Interval Skala

Interval	Kategori
3,25 s/d 4,00	SS
2,50 s/d 3,24	S
1,75 s/d 2,49	TS
1,00 s/d 1,74	STS

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1,00	4,00	3,1800	,70180
X1.2	100	1,00	4,00	3,1300	,66142
X1.3	100	1,00	4,00	3,2300	,69420
X1.4	100	1,00	4,00	3,1700	,63652
X1	100	1,00	4,00	3,1775	,57548
X2.1	100	1,00	4,00	3,1200	,68579
X2.2	100	1,00	4,00	3,1200	,67090
X2.3	100	1,00	4,00	3,1800	,64165
X2	100	1,33	4,00	3,1397	,58080
X3.1	100	2,00	4,00	3,6700	,55149
X3.2	100	2,00	4,00	3,5000	,59459
X3.3	100	2,00	4,00	3,5300	,55877
X3.4	100	2,00	4,00	3,7400	,50493
X3	100	2,00	4,00	3,6100	,48633
X4.1	100	1,00	4,00	3,1800	,65721
X4.2	100	1,00	4,00	3,0000	,79137
X4	100	1,00	4,00	3,0900	,64503
Y1.1	100	1,00	4,00	3,0200	,68135
Y1.2	100	1,00	4,00	3,0100	,62757
Y1.3	100	1,00	4,00	3,2200	,61266
Y1	100	1,00	4,00	3,0836	,57121
Y2.1	100	1,00	4,00	1,9500	,79614
Y2.2	100	1,00	4,00	1,8700	,81222
Y2.3	100	1,00	4,00	2,7200	,88854
Y2.4	100	1,00	4,00	2,4600	,89239
Y2	100	1,00	4,00	2,2500	,70263
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Regression

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,623	1,605
	X2	,657	1,522
	X3	,970	1,031
	X4	,712	1,405

a. Dependent Variable: Y1

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,45948657
Most Extreme Differences	Absolute	,116
	Positive	,081
	Negative	-,116
Kolmogorov-Smirnov Z		1,161
Asymp. Sig. (2-tailed)		,135

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,62795641
Most Extreme Differences	Absolute	,119
	Positive	,069
	Negative	-,119
Kolmogorov-Smirnov Z		1,193
Asymp. Sig. (2-tailed)		,116

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Regression

Variables Entered/Removed^a

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

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ABS_RES1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,146 ^a	,021	-,020	952,50455

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

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1884016	4	471004,019	,519	,722 ^a
	Residual	86190167	95	907264,916		
	Total	88074183	99			

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

b. Dependent Variable: ABS_RES1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	192,066	877,755		,219	,827
	X1	138,500	210,732	,085	,657	,513
	X2	-146,695	203,369	-,090	-,721	,472
	X3	-127,654	199,844	-,066	-,639	,525
	X4	157,121	175,927	,107	,893	,374

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Y1 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ABS_RES2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,040 ^a	,002	-,009	458,14411

a. Predictors: (Constant), Y1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33219,286	1	33219,286	,158	,692 ^a
	Residual	20569811	98	209896,028		
	Total	20603030	99			

a. Predictors: (Constant), Y1

b. Dependent Variable: ABS_RES2

Coefficients^c

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-47,485	252,757		-,188	,851
	Y1	32,069	80,610	,040	,398	,692

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Lampiran 7 : Hasil Regresi Linier

Regression

Variables Entered/Removed^b

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

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,594 ^a	,353	,326	,46906

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

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,400	4	2,850	12,953	,000 ^a
	Residual	20,902	95	,220		
	Total	32,302	99			

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

b. Dependent Variable: Y1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,288	,432		2,979	,004
	X1	,274	,104	,276	2,638	,010
	X2	,212	,100	,216	2,120	,037
	X3	,116	,061	,098	1,902	,024
	X4	,219	,087	,247	2,528	,013

a. Dependent Variable: Y1

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Y1 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,449 ^a	,201	,193	,63115

a. Predictors: (Constant), Y1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,836	1	9,836	24,693	,000 ^a
	Residual	39,039	98	,398		
	Total	48,875	99			

a. Predictors: (Constant), Y1

b. Dependent Variable: Y2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,548	,348		1,575	,119
	Y1	,552	,111	,449	4,969	,000

a. Dependent Variable: Y2