

**PENGARUH *ONLINE BANKING* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
ONLINE BANK; SEBUAH STUDI EMPIRIS DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Ditulis oleh:

Nama : Innaya Rahyen Nayuma Bagaswoto

Nomor Mahasiswa : 09311063

Program Studi : MANAJEMEN

Bidang Konsentrasi : PEMASARAN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2013

**PENGARUH *ONLINE BANKING* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
ONLINE BANKING; SEBUAH STUDI EMPIRIS DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana

Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,

Universitas Islam Indonesia



Ditulis oleh:

Nama : INNAYA RAHYEN NAYUMA BAGASWOTO
Nomor Mahasiswa : 09311063
Program Studi : MANAJEMEN
Bidang Konsentrasi : PEMASARAN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2013

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 20 September 2013

Penulis



Innaya Rahyen Nayuma Bagaswoto

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE BANKING* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *ONLINE BANKING*; SEBUAH STUDI EMPIRIS DI YOGYAKARTA

NAMA : INNAYA RAHYEN NAYUMA BAGASWOTO
NIM : 09311063
JURUSAN : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN

Yogyakarta, 20 September 2013

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH ONLINE BANKING TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
ONLINE BANKING; SEBUAH STUDI EMPIRIS DI YOGYAKARTA

Disusun Oleh : INNAYA RAHYEN NAYUMA BAGASWOTO
Nomor Mahasiswa : 09311063

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 9 Oktober 2013

Penguji/Pemb. Skripsi : Asmai Ishak, Drs., M. Bus., Ph.D.

Penguji : Sri Hardjanti, Dra., MM

المعجزة الإسلامية الأندلسية

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

MOTTO

Live every moment as not to regret what you are about to do.

-Mickey Mouse-

You only live once, but if you do it right, once is enough.

-Mae West-

I like nonsense, it wakes up the brain cells. Fantasy is necessary ingredient in living.

-Dr. Seuss-

PERSEMBAHAN

Dalam rasa syukur dan keberkahan dari Allah SWT, aku persembahkan karya ini dengan penuh rasa hormat dan cinta yang tulus kepada:

Allah S. W. T

Bagaswoto Padjo Martono, Rachma Yenna Rachman, Hendra Purnasidha Bagaswoto, dan Hendry Purnasidha Bagaswoto.

Keluarga adalah segalanya, dan akan selalu menjadi alasan nomor 1 dalam hidup saya. Keluarga juga yang menjadi alasan saya untuk tetap kuat dan bertahan melawan dilematika kehidupan.

PENGARUH ONLINE BANKING TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ONLINE BANKING; SEBUAH STUDI EMPIRIS DI YOGYAKARTA

Innaya Rahyen Nayuma Bagaswoto
(email: nayabagaswoto@gmail.com)

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara sikap terhadap minat menggunakan, pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap minat menggunakan, pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap sikap, pengaruh kemudahan penggunaan yang dirasakan sikap, kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap manfaat yang dirasakan, pengaruh, keamanan web yang dirasakan terhadap minat menggunakan dan pengaruh keamanan web yang dirasakan terhadap sikap. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Yogyakarta yang pernah menggunakan *online banking*, tanpa membatasi pengguna *online banking* dari nasabah bank manapun. Sedangkan sampel penelitian ini adalah 200 nasabah bank di Yogyakarta yang dianggap telah cukup mewakili populasi yang diteliti. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Model* dengan program Lisrel 8.8.

Hasil penelitian menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara sikap (ATT) terhadap minat menggunakan online banking (INT), tidak terdapat pengaruh signifikan antara manfaat yang dirasakan (PU) terhadap minat menggunakan online banking (INT), terdapat pengaruh signifikan antara manfaat yang dirasakan (PU) terhadap sikap (ATT), terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU) terhadap sikap (ATT), tidak terdapat pengaruh signifikan antara keamanan web yang dirasakan (PWS) terhadap minat menggunakan *online banking* (INT), dan tidak terdapat pengaruh signifikan antara keamanan web yang dirasakan (PWS) terhadap sikap (ATT).

Kata Kunci : *persepsi kemudahan, persepsi manfaat, keamanan web, sikap, minat menggunakan*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Segala puji dan syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas rahmat dan kasih sayang-Nya, hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 ini. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada Rasulullah SAW, berkat perjuangan beliau, kini umatnya dapat menikmati alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Tujuan penulisan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Online Banking Terhadap Minat Menggunakan Online Banking; Sebuah Studi Empiris di Yogyakarta*", tidak lain adalah sebagai suatu ikhtiar penulis dalam rangka mengukir impian dan cita-cita menyelesaikan studi sehingga menjadi modal untuk menapaki jalan kehidupan berikutnya.

Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih dan menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Drs. Asmai Ishak, M.Bus., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar dan tulus membimbing penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih atas segala kebaikan berupa nasehat, bimbingan, dan pengalaman serta ilmu yang telah dibagi yang sangat bermanfaat untuk penulis sehingga dapat menjadi suatu pencerahan dalam pemikiran yang senantiasa melekat.
2. Bapak Prof. Dr. Edy Suandi Hamid, M.Ec selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.

3. Bapak Prof. Hadri Kusuma, MBA, DBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Dr. H. Bagaswoto Poedjomartono, Sp. Rad., Sp KN., M. Kes., dan Hj. Rahma Yenna Rachman selaku orang tua penulis yang dengan setia selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis. Dan sudah bersedia selalu ada disamping penulis dari kecil hingga saat ini. Sudah banyak pelajaran hidup yang diberikan sehingga penulis dapat kuat dan dewasa dalam menjalani hidup.
5. Hendra Purnasidha Bagaswoto dan Hendry Purnasidha Bagaswoto selaku kakak dari penulis. Terima kasih sudah menjadi pelindung penulis selama ini. Selalu tetap menjadi kakak yang terbaik bagi penulis. Terima kasih untuk dukungannya, nasehatnya, dan doanya selama ini. Kalian kakak terbaik yang pernah ada.
6. Asma Rachman selaku nenek dari penulis. Mungkin tanpa nenek penulis tidak dapat seperti ini sampai saat ini. Terima kasih sudah mengasuh, membesarkan dan memberikan kasih sayang kepada penulis, yang penulis belum bias berikan kembali untuk nenek. Cepet sembuh ya nek, semoga nenek diberikan umur yang panjang oleh Allah S.W.T. dan nenek masih sempat untuk melihat sampai penulis nanti menikah. Amin.
7. Arsyadjuliandi Rachman, Sisilita Bong selaku om dan tante dari penulis. Terima kasih sekali sudah menjadi om dan tante terbaik dalam hidup penulis, terima kasih sudah menjadi orang tua angkat atau keluarga ke-2 bagi penulis, terima kasih untuk kasih sayang, perhatian segala ketulusan dan berbagai macam pelajaran yang telah diberikan dan diajarkan kepada penulis. Mungkin penulis belum bisa membalas semuanya saat ini, mudah-

mudahan suatu saat nanti penulis bisa membalasnya dan Allah S.W.T juga yang akan membalas segala kebaikan dan ketulusan om dan tante. Untuk Arsilia Arsyadjuliandi selaku anak dari om dan tante, terima kasih sudah menjadi kakak perempuan terbaik bagi penulis, terima kasih telah memberikan tempat bagi penulis untuk menjadi adik dari kakak, terima kasih juga untuk segala hal yang telah diberikan dan yang diajarkan kepada penulis, semoga kakak disana bahagia bersama keluarga kecil kakak, selalu jadi yang terbaik ya kak.

8. Radeza Oktaziela seorang partner yang sudah lebih setahun bersama penulis. Banyak yang sudah dilalui bersama maupun senang atau pun susah. Terima kasih sudah selalu meluangkan waktu untuk dapat menemani penulis kemanapun, dan selalu berada disamping penulis dalam kondisi seperti apapun. Terimakasih sudah menjadi tempat untuk bertukar pikiran dan berkeluh kesah penulis. Terima kasih sudah menjadi teman, sahabat, kakak, teman hidup yang terbaik dari yang penulis pernah kenal selama ini. Terima kasih juga untuk canda tawa yang diberikan, cerita yang dapat penulis jadikan sebagai pelajaran, dan nasehat yang membangun penulis untuk menjadi yang lebih baik dari sekarang. Terimakasih juga telah sabar menghadapi penulis dalam kondisi seperti apapun. Tetaplah selalu bersama penulis, dan jangan pernah berubah. Selalu jadi yang terbaik dan selalu berada disamping penulis.
9. Segenap dosen FE UII yang telah memberikan banyak sekali ilmu, pengalaman, dan nasehat kepada penulis.
10. Yulia Wardhani dan Shinta Trilaksmi Dewi kakak ipar kesayangan penulis. Terima kasih sudah memberikan penulis keponakan-keponakan yang lucu

dan ganteng. Muhammad Arsyadhira Putra Purnasidha, Muhammad Rafli Arkananta Purnasidha dan Karissa Shakina Putri Purnashida adik dari Arsyadhira yang baru saja lahir. Cepat besar dan tumbuh jadi keponakan yang pintar dan baik kedepannya.

11. Silvy Augustia dan Adfirani Adisastra kakak sepupu dari penulis yang sudah penulis anggap seperti kakak kandung penulis sendiri. Terima kasih sudah menjadi pendengar terbaik, dan penyemangat penulis.
12. Pinta Nopetri Sera, Wahyu Adha Rahmansyah, Muhammad Daniala Syuhada, Julia Kartika, Muhammad Arif Rufliandi, Dhea Monica Astari, dan Mirza Riandini Utami sahabat-sahabat terbaik penulis yang sudah menemani penulis dari penulis SD sampai dengan saat ini. Terima kasih sudah jadi sahabat yang selalu ada kapanpun untuk penulis.
13. Dias Rahajeng, Anyarosa Nerissa Putri, dan Adinda Nur Annaafi Wusthon my Barbie girls. Tahun pertama hingga kuliah hingga saat ini, sudah banyak cerita yang kita ciptakan bersama. Tetap menjadi sahabat terbaik penulis hingga nanti.
14. Desiana Fitriani, Raysa Maryam, Rahmawaty Fitri Wulandari, Rara Ananta, Heri Budianto, Okky Kurniawan, Ardhan Fardhi Atmaja, dan Radit sahabat-sahabat yang pernah ada di hidup penulis. Yang sudah memberikan warna dan cerita di hidup penulis.
15. Uli Setyo Vernanda, Rizky Oktamuriza, Iqbal Muhammad, Muhammad Abduh, dan Karina Utami Dewi teman sekaligus kakak-kakak bagi penulis yang sudah banyak membantu dan menjadi pendengar setia bagi penulis.

16. Reza dan Lulu yang sudah dengan baik hati mau mengajarkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Sukses selalu untuk kalian berdua.
17. Semua teman-teman Management Community dan TIM PROMO FE UII terima kasih untuk pengalaman dan pelajaran dalam berorganisasi dan bersosialisasi yang telah diberikan selama ini.
18. Semua teman-teman KKN terutama UNIT 197. Dejo, Taufik, Pram, Mas Yudi, Mas Dan, Sania, Ine, terima kasih untuk kenangan yang sangat berarti dalam waktu 1 bulan kita bersama.
19. Untuk Bapak Totok dan Ibu Asih selaku Bapak dan Ibu dukuh Kalibuko 2. Tiara, Riski, dan Mbah, semoga selalu dalam lindungan Allah, dan diberikan kesehatan selalu. Terima kasih sudah menjadi keluarga baru bagi kami selama kami KKN. Dan semoga silaturahmi kita tetap terjaga hingga nanti.
20. Semua teman-teman seperjuangan, Manajemen FE UII 2009. Terima kasih atas persaudaraan dan kebersamaannya.
21. Terakhir untuk segenap pihak yang telah membantu penulis, yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Akhirnya, segala yang terdapat dalam penulisan ini, pasti tidak luput dari berbagai kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat membawa manfaat bagi berbagai pihak.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Yogyakarta, 12 September 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Motto	v
Halaman Persembahaan	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	xiii
Daftar Grafik	xviii
Daftar Tabel	xix
Daftar Gambar	xxi
Daftar Lampiran.	xxii

BAB I	PENDAHULUAN	Halaman
--------------	--------------------	---------

1.1.	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.	Rumusan Masalah	5
1.3.	Batasan Masalah	6
1.4.	Pertanyaan Penelitian	6
1.5.	Tujuan Penelitian	7
1.6.	Manfaat Penelitian	8

BAB II	KAJIAN PUSTAKA	Halaman
---------------	-----------------------	---------

2.1.	Pendahuluan	9
2.2.	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2.3.	Minat Menggunakan (<i>Intention to Use</i>).....	15
2.4.	Sikap (<i>Attitude</i>).....	15
2.5.	Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>).....	19
2.6.	Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	21

2.7. Keamanan Web yang Dirasakan (<i>Perceived Web Security</i>).....	22
2.8. Kerangka Konseptual Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Halaman
3.1. Desain Penelitian	26
3.2. Populasi dan Sampel	26
3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	27
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.4.1. Minat Menggunakan (<i>Intention to Use</i>).....	28
3.4.2. Sikap (<i>Attitude</i>).....	29
3.4.3. Manfaat yang dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>).....	31
3.4.4. Kemudahan Penggunaan yang dirasakan (<i>Perceived Ease of Use</i>).....	32
3.4.5. Keamanan Web yang Dirasakan (<i>Perceived Web Security</i>)...	33
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	34
3.6. Teknik Analisis Data	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	Halaman
4.1. Karakteristik Kebiasaan Konsumen	37

4.1.1.	Responden Pengguna <i>Online Banking</i>	37
4.1.2.	Lama Responden Menggunakan <i>Online Banking</i>	38
4.1.3.	Seberapa Sering Responden Menggunakan <i>Online Banking</i> ..	40
4.2.	Karakteristik Demografi Responden	42
4.2.1.	Jenis kelamin Responden	42
4.2.2.	Usia Responden	43
4.2.3.	Pendidikan Responden	45
4.2.4.	Pekerjaan Responden	47
4.3.	Analisa Pengukuran Model	50
4.3.1.	Penilaian Terkaan Parameter	50
4.3.2.	Penilaian <i>Goodness of Fit</i>	52
4.3.2.1.	Chi Kuadrat (χ^2) dan Tes Chi Kuadrat yang Terstandar	53
4.3.2.2.	Perkiraan Error Kuadrat Mean Dasar (<i>Root Mean Square Error of Approximation/RMSEA</i>)	54
4.3.2.3.	Indeks Kesesuaian (<i>Goodness of Fit Index/GFI</i>) dan Indeks Kesesuaian yang Diatur (<i>Adjusted Goodness of Fit Index/AGFI</i>)	56

4.3.2.4.	Indeks Kesesuaian Komparatif (<i>Comparative Fit Index/CFI</i>)	56
4.3.3.	Modifikasi Model	58
4.3.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	62
4.4.	Analisis Model Persamaan Struktural	67
4.4.1.	Pengembangan Skala Gabungan (<i>Composite Scales</i>)	68
4.4.2.	Penilaian Kesesuaian Model Persamaan Struktural	71
4.5.	Pengujian Hipotesis	78
4.6.	Pembahasan	80
4.7.	Pembahasan dan Strategi	85
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	Halaman
5.1.	Kesimpulan	86
5.2.	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		94

DAFTAR GRAFIK

Halaman

4.1.	Responden Pengguna <i>Online Banking</i>	38
4.2.	Lama Responden Menggunakan <i>Online Banking</i>	39
4.3.	Frekuensi Responden Menggunakan <i>Online Banking</i>	41
4.4.	Jenis Kelamin	42
4.5.	Usia	44
4.6.	Pendidikan Responden	46
4.7.	Pekerjaan Responden	49

DAFTAR TABEL

Halaman

3.1.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	35
4.1.	Responden Pengguna <i>Online Banking</i>	38
4.2.	Lama Responden Menggunakan <i>Online Banking</i>	40
4.3.	Frekuensi Responden Menggunakan <i>Online Banking</i>	41
4.4.	Jenis Kelamin Responden	43
4.5.	Usia Responden	45
4.6.	Pendidikan Responden	47
4.7.	Pekerjaan Responden	49
4.8.	Penilaian Terhadap Level Signifikansi	51
4.9.	Hasil <i>Goodness of Fit Index Model Awal</i>	58
4.10.	Perubahan <i>Goodness of Fit Indices</i> pada ATT	59
4.11.	Perubahan <i>Goodness of Fit Indices</i> pada PU	60
4.12.	Perubahan <i>Goodness of Fit Indices</i> pada PWS	61
4.13.	Perubahan <i>Goodness of Fit Indices</i> pada PEOU	62

4.14.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas dari Pengukuran Model Akhir	65
4.15.	<i>Parameter Estimates</i> dan <i>Factor Score Regressions</i> dari Variabel Terobservasi dan <i>Maximized Reliabilities</i> dan <i>Parameter Estimates</i> dari Variabel Gabungan	70
4.16.	Validitas dan Tingkat Signifikan Hubungan Kausal untuk <i>Initial Model</i>	73
4.17.	Perubahan <i>Goodness of Fit Indices</i> pada Model Struktural	74
4.18.	<i>Goodness of Fit Indices</i> Pada Model Utama Modifikasi 1	75
4.19.	<i>Goodness of Fit Indices</i> Pada Model Utama Modifikasi 2	77
4.20.	Pengujian Hipotesis	79

DAFTAR GAMBAR

Halaman

2.1.	Model <i>Theory Acceptance Model</i> (TAM)	14
2.2.	Model <i>Theory Acceptance Model</i> (TAM)	14
2.3.	Kerangka Konseptual Penelitian	25
4.1.	Model Struktural	75
4.2.	Model Utama Modifikasi 1	76
4.3.	Model Utama Modifikasi 2	78

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	94
2. Rekapitulasi Data	104
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	109
4. <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	119

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Dengan adanya kemajuan teknologi informasi sekarang yaitu internet. Sudah hampir dari seluruh warga Indonesia ini menggunakan internet untuk menjalankan keseharian mereka. Baik itu untuk mengerjakan tugas sekolah, pekerjaan kantor, sekedar untuk mencari informasi akan suatu produk, melakukan transaksi jual beli, serta transaksi perbankan juga sudah dapat dilaksanakan melalui internet. Dengan adanya perkembangan internet sekarang membuat banyak orang banyak melakukan aktivitasnya menggunakan internet dibandingkan harus mengunjungi langsung tempat yang dituju, atau kita lebih mengenal dengan istilah *online*. Contohnya saja seperti melakukan transaksi perbankan secara *online* itu artinya orang tersebut melakukan transaksi perbankan tidak langsung ke bank yang dituju, melainkan dapat melakukan dimana saja tempat yang orang tersebut inginkan, seperti dirumah, atau bahkan dalam perjalanan sekalipun.

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi internet dan menghasilkan layanan transaksi perbankan yang lebih kita kenal dengan sebutan *online banking*. Sekarang *online banking* memegang peran penting dan merupakan sentral dalam bidang *e-payment* yang menyediakan platform transaksi *online* untuk mendukung banyak aplikasi *e-commerce* seperti belanja *online*, lelang *online*, perdagangan saham internet dan lainnya (Ming-Chi Lee, 2009). Namun, meskipun secara fakta bahwa *online banking* memberikan banyak keuntungan, seperti kecepatan transaksi lebih cepat dan biaya penanganan yang lebih rendah (Kalakota dan Whinston, 1997), masih ada

sekelompok orang yang menolak untuk mengadopsi layanan *online banking* tersebut karena ketidakpastian dan keamanan kekhawatiran (Kuisma dkk, 2007; Littler dan Melanthiou, 2006).

Hal itu dikarenakan adanya beberapa faktor yang dikhawatirkan terjadi pada saat melakukan transaksi melalui *online banking*. Dan itu menjadi pertimbangan yang cukup sulit bagi seseorang. Keamanan yang dimaksud disini adalah kerahasiaan informasi pribadi dari nasabah bank tersebut, serta konsumen sendiri telah menunjukkan keengganan untuk menyelesaikan pembelian *online* sederhana (Donna dkk, 1999), terutama karena kekhawatiran resiko yang (Jarvenpaa dkk, 1999; Pavlou, 2001). Resiko yang dimaksud disini adalah seperti terjadinya kesalahan pada saat memasukkan nomor rekening atau salah pada saat memasukkan jumlah nominal. Faktor-faktor inilah yang dapat menjadi penghalang atau penghambat seseorang tidak tertarik untuk mengadopsi menggunakan *online banking*. Karena orang-orang berfikir melakukan transaksi menggunakan *online banking* ini sama saja dengan melakukan bisnis tak berwajah. Karena apabila terjadi kesalahan pada saat proses pelaksanaan transaksi baik itu kesalahan berasal dari konsumen maupun kesalahan terjadi dari sistem *online banking* bank yang bersangkutan, apakah bank yang bersangkutan bersedia untuk memberikan ganti rugi atau jaminan atas kesalahan yang terjadi. Jika tidak, itu juga merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan besar seseorang untuk memutuskan akan mengadopsi *online banking* atau tidak, karena seseorang tersebut tentunya tidak akan bersedia kehilangan sejumlah nominal kekayaannya yang tersimpan dalam sebuah bank yang bersangkutan hanya karena terjadinya kesalahan pada saat memasukkan data pada waktu akan melakukan transaksi menggunakan *online banking*.

Selain dari sisi resiko, orang-orang juga melihat dari sisi manfaat yang dirasakan dan keuntungan yang dirasakan pada saat menggunakan *online banking*. Karena tentunya menggunakan *online banking* bukan hanya menuai resiko, tetapi kita juga dapat menuai keuntungan serta manfaat dari penggunaan *online banking* itu sendiri. Kemudahan dalam penggunaan *online banking* juga akan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengadopsi atau tidak mengadopsinya *online banking*.

Dalam skripsi ini penulis akan membahas tentang bagaimana pengadopsian *online banking* di kota Yogyakarta ini, sesuai dengan judul yang penulis angkat sebagai tema skripsi penulis. Dan skripsi penulis ini akan menggambarkan sebuah pengadopsian *online banking* dengan menjadikan *Theory Acceptance Model (TAM)* sebagai dasar penelitian.

Penelitian ini akan mencoba menganalisis minat nasabah bank menggunakan *online banking*, Mengeksplorasi keuntungan dari penggunaan *online banking* untuk mengetahui manfaat apa yang dirasakan serta menjelaskan serta memprediksi niat konsumen untuk mengadopsi *online banking*. Dalam rangka memberikan dasar teoritis yang solid untuk mengintegrasikan adopsi layanan *online banking*, Skripsi ini mengacu kepada sebuah teori tentang pemikiran struktur dari segi penerimaan model (*TAM*).

Theory Acceptance Model (TAM) telah banyak digunakan dalam beberapa studi untuk memprediksi dan memahami tentang persepsi konsumen terhadap penggunaan sistem *online banking* dan keinginan untuk mengadopsi sistem *online* (Gefen et al, 2003; Hsu et al, 2006; Wu dan Chen, 2005), *Theory Acceptance model (TAM)* merupakan alat yang paling tepat untuk memahami pengadopsian *online banking*. Selain manfaat dan minat untuk menggunakan *online banking*, penulis juga akan

meneliti apakah sikap nasabah yang akan menggunakan *online banking* dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *online banking* serta apakah manfaat yang diterima oleh seorang nasabah setelah menggunakan *online banking* ataupun yang baru akan menggunakan dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *online banking*. *Online banking* merupakan sebuah sistem perbankan yang ditujukan untuk melakukan transaksi perbankan tanpa harus mendatangi bank yang bersangkutan, dari sistem ini tentu akan adanya persepsi atau penilaian dari nasabah tersebut tentang sistem *online banking* tersebut apakah sistem tersebut mudah untuk digunakan melainkan sebaliknya yaitu sulit untuk digunakan. Dari segi kemudahan penggunaan sistem *online banking* ini apakah memberikan pengaruh terhadap manfaat, sikap, bahkan minat seseorang yang merupakan variabel yang akan penulis bahas atau teliti dalam penelitian ini. Selain dari mudahnya penggunaan sistem *online banking* tentu ada pula faktor atau indikasi yang bersifat negatif yang membuat seseorang tetap enggan untuk menggunakan *online banking* walaupun terdapat manfaat dan kemudahan dalam menggunakan *online banking* yaitu dari segi keamanan web *online banking* yang disediakan oleh pihak bank. Karena jika keamanan web yang disediakan tidak aman maka seorang nasabah yang akan menggunakan *online banking* akan sangat enggan untuk menggunakan walaupun banyak keuntungan lainnya yang akan didapat dari menggunakan *online banking*. Keamanan dari web merupakan faktor paling sensitif yang harus benar-benar dijaga dan dipastikan aman. Karena didalam web *online banking* itu sendiri akan tersimpan informasi pribadi yang berkaitan dengan nasabah bank yang dimana informasi pribadi itu merupakan syarat untuk mengoperasikan *online banking* yang nantinya akan menghasilkan sebuah id atau akun yang digunakan sebagai cara untuk mengakses *online banking* dan barulah

seorang nasabah dapat mengoptimalkan sistem *online banking* secara maksimal. Akun beserta informasi pribadi lainnya yang terkait dengan nasabah yang tersimpan didalam akun inilah yang harus dipastikan dapat terjaga dengan aman, tidak mudah diakses oleh orang lain. Karena sekarang telah banyak terjadi kejahatan yang terjadi melalui jaringan internet atau biasa disebut dengan *cyber crime* yang dimana pelakunya disebut *hacker*. Untuk menghindari itu tentunya pihak bank harus benar-benar membuat kontrol akses keamanan antara jaringan internal yang aman dan jaringan yang *untrusted* seperti internet atau biasa disebut dengan *firewall*. Pada penelitian ini penulis akan meneliti juga apakah keamanan web ini memiliki pengaruh terhadap sikap, manfaat, kemudahan penggunaan ataupun minat seseorang untuk menggunakan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan diatas, maka masalah dapat dirumuskan dalam pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah sikap memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan?
2. Apakah manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan?
3. Apakah manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap sikap?
4. Apakah kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap?
5. Apakah kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap manfaat yang dirasakan?
6. Apakah keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan?

7. Apakah keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap?

1.3. Batasan Masalah

Pada penelitian ini penulis menggunakan responden sejumlah 200 orang. Responden berasal dari masyarakat Yogyakarta. Yang dimana responden merupakan pengguna *online banking* dari beberapa bank konvensional yang ada di Indonesia. Diantaranya bank yang menyediakan layanan *online banking* adalah Bank Mandiri, Bank BCA, dan Bank BRI. Namun bukan berarti Bank lain tidak ada yang menyediakan layanan perbankan *online* yang sama, ada tetapi yang lebih banyak dikenal dan familiar atau akrab di kalangan masyarakat diantaranya adalah bank-bank tersebut. Pada penelitian ini penulis pun tidak menyediakan indikator pertanyaan yang berkaitan dengan responden merupakan nasabah bank apa, karena pada penelitian ini penulis hanya melakukan penelitian secara umum.

1.4. Tujuan Penelitian

Diketahuinya pertanyaan yang mengarah pada permasalahan pokok seperti yang telah disebutkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah sikap memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan.
2. Untuk mengetahui apakah manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.
3. Untuk mengetahui apakah manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.
4. Untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.

5. Untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap manfaat yang dirasakan.
6. Untuk mengetahui apakah keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.
7. Untuk mengetahui apakah keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.

1.5.Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini akan dibatasi terutama melalui sampel. Ukuran sampel masih terlalu kecil. Sebuah ukuran sampel yang lebih besar akan membantu dalam menyatakan pengukuran yang lebih tepat dari model penelitian. Kerangka sampel adalah warga Yogyakarta, karena itu tidak dapat digeneralisir kepada penduduk lainnya. Mereka mulai dari usia kurang dari 18 tahun sampai dengan lebih dari 60 tahun dan mereka memiliki pengalaman pendidikan yang berbeda, serta profesi pekerjaan yang berbeda. Responden penelitian ini adalah pengguna *online banking*.

Penelitian ini merupakan salah satu jenis penelitian layanan perbankan *online* yang ada di Indonesia. Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sengaja disederhanakan. Variabel yang akan dianalisis adalah faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *online banking*, baik itu dari segi resiko atau faktor negatif, maupun yang mempengaruhi dan memberikan keuntungan serta manfaat yaitu dari segi faktor positif. Apabila resiko yang dirasakan dalam penggunaan *online banking* besar walaupun terdapat keuntungan dan manfaat di dalamnya, berarti keinginan konsumen dalam mengadopsi *online banking* semakin kecil. Sebaliknya apabila resiko yang dirasakan dalam penggunaan *online banking* kecil dan terdapat banyak keuntungan serta manfaat dari menggunakan *online banking*, berarti keinginan

konsumen dalam mengadopsi *online banking* semakin besar, dilihat juga dari adanya manfaat dari penggunaan *online banking* ini akan lebih mendukung konsumen dalam pengadopsian *online banking*.

Variabel yang akan diteliti meliputi :

1. Keinginan menggunakan
2. Keamanan web yang dirasakan
3. Sikap
4. Manfaat yang dirasakan
5. Kemudahan penggunaan yang dirasakan

1.6.Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Untuk memberikan gambaran pada kerangka teori mengenai faktor yang mendasari pengadopsian *online banking*.Serta memberikan sebuah kontribusi untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran dan juga memberikan literatur tambahan dalam studi strategi marketing.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu manajer perusahaan dalam pengambilan kebijakan khususnya berkenaan dengan perancangan dalam mengurangi resiko strategi dan membangun kepercayaan mekanisme untuk mendorong pengadopsian *online banking*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Pendahuluan

Teknologi informasi menghasilkan sebuah temuan baru yang berhubungan dengan dunia perbankan yaitu *online banking*. Temuan sebelumnya adalah *mobile banking* yang dimana secara tujuan aplikasi sama dengan *online banking*. Hanya saja perbedaannya dari segi fasilitas yang menunjang penggunaannya, yaitu untuk *mobile banking* menggunakan *handphone* sedangkan *online banking* menggunakan *laptop* dan *personal computer*. Faktor lain yang menjadi pembeda adalah kelengkapan fasilitas layanan yang diberikan dari aplikasi perbankan tersebut. Contohnya saja pada *mobile banking* hanya dapat mengecek saldo, melakukan transfer antar rekening bank maupun rekening bank lain, serta pembayaran ataupun pembelian. Sedangkan pada *online banking* secara keseluruhan fasilitas layanan yang ditawarkan sama seperti pada *mobile banking* namun pada *online banking* fasilitas tambahan layanan yang dapat dilakukan yaitu melakukan pengecekan saldo, transaksi perbankan seperti transfer antar rekening bank maupun antar rekening bank lain, pembayaran ataupun pembelian, pengecekan kurs, transfer valas, pembayaran kartu kredit dan yang lainnya walaupun nasabah tersebut tidak sedang dalam berada dalam daerah Indonesia atau nasabah tersebut sedang berada di luar negeri. Karena *online banking* tidak memerlukan biaya *sms* untuk setiap transaksi dan tidak memerlukan *id* (identitas) yang tercatat dari nomor ponsel yang digunakan oleh nasabah tersebut, nasabah hanya cukup menggunakan jaringan internet baik itu *wifi* maupun *lan*.

Secara definisi dari *mobile banking* adalah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak atau seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash. Dengan *mobile banking* pihak perbankan mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi. Para nasabah bank yang telah memiliki layanan *mobile banking* pun tidak perlu lagi mengunjungi ATM untuk melakukan transaksi. Sedangkan definisi dari *online banking* adalah transaksi keuangan atau perbankan yang dapat dilakukan hanya dengan memanfaatkan komputer dengan koneksi internet. Hal yang diperlukan bahwa seseorang untuk menggunakan aplikasi fasilitas perbankan *online*, seseorang tersebut harus memiliki rekening bank yang aktif dengan saldo di dalamnya untuk melakukan transaksi perbankan, debit atau nomor kartu kredit, user ID nasabah, nomor rekening, bank, perbankan nomor PIN internet serta *personal computer* yang terhubung ke jaringan internet dan dapat mengakses web bank nasabah tersebut.

Online banking ini termasuk penemuan teknologi informasi terbaru, karena nasabah bank lebih banyak yang menggunakan *mobile banking*, itu dikarenakan *mobile banking* lebih mudah dilakukan dimana saja hanya dengan bermodalkan sebuah ponsel saja karena sebagian nasabah berpendapat *mobile banking* lebih praktis. Namun ada pula nasabah lainnya yang berpendapat berbeda yang menganggap dengan adanya *online banking* transaksi perbankan menjadi lebih mudah karena bagi nasabah yang memiliki jam terbang tinggi dengan adanya *online banking* sangat membantu mempermudah transaksi perbankan para nasabah.

Faktor-faktor yang menjadikan para nasabah masih enggan menggunakan *online banking* yaitu dikarenakan nasabah masih khawatir akan keamanan dari web *online banking* tersebut. Karena seperti yang kita ketahui saat ini banyak sekali *hacker*

yang membajak akun-akun nasabah bank-bank tertentu, sehingga nasabah diharuskan membayarkan tagihan perbankan yang tidak pernah dilakukan oleh nasabah, atau *hacker* mengambil sejumlah nominal saldo dari nasabah bank. Dan ini sifatnya merugikan nasabah bank, ini juga yang menjadikan nasabah khawatir menggunakan *online banking*, karena dalam penggunaan *online banking* nasabah diminta untuk memberikan beberapa informasi yang bersifat rahasia yang terkait dengan identitas nasabah bank. Selain dari sisi keamanan web, manfaat yang dirasakan serta kemudahan penggunaan dari *online banking* ini sendiri juga menjadi faktor pertimbangan bagi nasabah bank. Apakah dengan menggunakan *online banking* nasabah benar-benar menjadi sangat dimudahkan atau bahkan sebaliknya. Karena *online banking* ini penggunaannya harus mampu menguasai penggunaan perangkat komputer maka oleh sebab itu yang akan menjadi kendala lainnya adalah pengetahuan seorang nasabah tentang penggunaan komputer. Karena paling tidak nasabah tersebut harus paham atau mengerti bagaimana cara mengoperasikan komputer. Bagi nasabah yang kurang begitu menguasai, ini akan menjadi salah satu penghambat yang membuat nasabah enggan untuk mempelajari bagaimana cara menggunakannya. Karena nasabah akan melihat penggunaan *online banking* ini tidaklah praktis.

Dari 3 faktor tersebut, ini akan mempengaruhi terhadap sikap nasabah dan minat nasabah untuk menggunakan *online banking* karena ini saling berhubungan dan saling mempengaruhi. Dan pada saat ini *online banking* merupakan *trending topic* atau merupakan salah satu fasilitas perbankan yang sedang banyak diperbincangkan dan digunakan oleh banyak orang. Di dukung dengan merebaknya transaksi jual beli secara *online* atau *online shop*, ini merupakan salah satu yang menjadi pendukung *online banking* mulai banyak digunakan dan di bicarakan. Karena bagi penjual atau pembeli

online shopping, online banking sangat membantu sekali. Tetapi bukan hanya untuk penjual dan pembeli *online banking*, pengusaha, karyawan perbankan, top level manajer, mahasiswa, bahkan seseorang yang tidak memiliki pekerjaan pun juga menggunakan *online banking* ini.

2.2. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Models (TAM) merupakan sebuah model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan dari pembaharuan teknologi komputer. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan penggunaan pengguna terhadap suatu sistem informasi, secara lebih terinci menjelaskan tentang penerimaan teknologi informasi dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi diterimanya teknologi informasi oleh pengguna (*user*). TAM menyediakan sebuah basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. Adopsi pengguna dari sistem komputer bergantung pada niat pelaku untuk menggunakan, yang berhubungan atau bergantung pada sikap yaitu keyakinan, dimana keyakinan itu sendiri terdiri atas 2 diantaranya persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan (Davis, 1986).

Pada dasarnya model TAM diadopsi dari sebuah teori yaitu model TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang dimana teori ini berlandaskan pada tindakan yang beralasan dengan suatu kesimpulan bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah persepsi pengguna teknologi informasi sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi informasi, sehingga

alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi informasi menjadikan tindakan atau niat seseorang dalam menerima sebuah teknologi.

Model TAM dikembangkan dari sebuah teori psikologis yang dimana teori tersebut menjelaskan bahwa perilaku pengguna komputer yaitu berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Model ini menempatkan faktor sikap dari setiap perilaku pengguna dengan dua variable yaitu:

1. Kemudahan Penggunaan (*ease of use*)
2. Manfaat (*usefulness*)

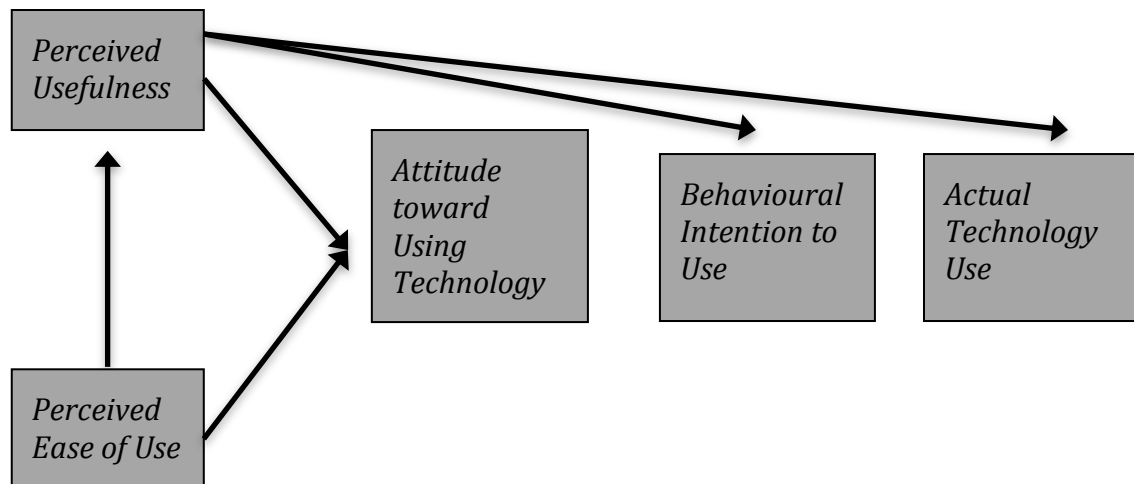
Model ini menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh manfaat (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Secara langsung, persepsi kegunaan juga dapat mempengaruhi minat perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi. Selain itu persepsi kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi persepsi kegunaan. Minat perilaku seseorang juga dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku. Untuk itu, dapat dikatakan bahwa minat perilaku seseorang dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, serta sikap terhadap perilaku.

Secara empiris TAM telah terbukti memberikan gambaran pada aspek perilaku pengguna *personal computer*, dimana banyak pengguna *personal computer* dapat dengan mudah menerima suatu teknologi informasi karena sesuai dengan apa yang diinginkannya (Igabarria et.al., 1997). Penelitian yang dilakukan (Davis, 1989) menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*), karena suatu sistem

yang lebih mudah maka akan lebih digunakan lebih banyak jika hal tersebut memungkinkan.

Gambar 2.1

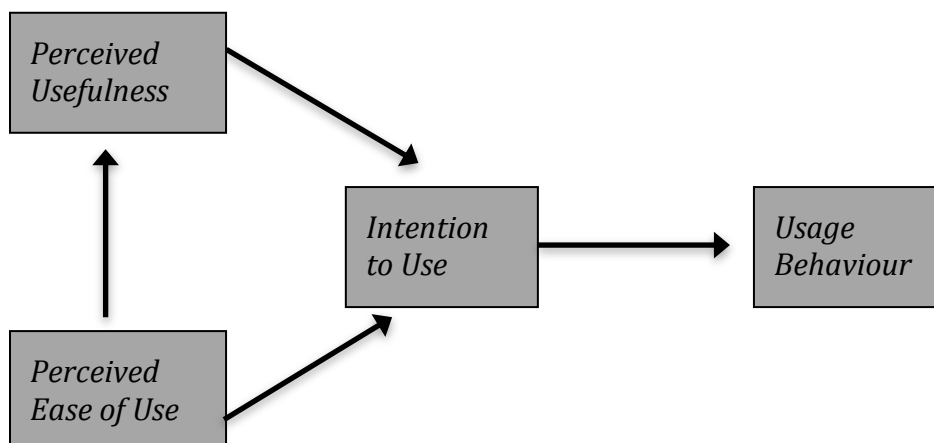
Model Technology Acceptance Model (TAM)



Sumber: Davis, 1989.

Gambar 2.2

Model Technology Acceptance Model (TAM)



Sumber: Davis, 1995.

2.3. Minat Menggunakan (*Intention to Use*)

Minat (*intention*) merupakan sebuah persepsi yang timbul dari pemikiran seseorang yang menyatakan bahwa mudah dalam menggunakan sesuatu akan berarti secara potensial mudah meningkatkan penerimaan teknologi (Venkatesh dan Morris, 2000). Dampak secara tidak langsung menjelaskan akibat dari suatu situasi yang dimana sesuatu yang lain menjadi sama, teknologi yang lebih mudah digunakan akan menjadi lebih bermanfaat. Teknologi informasi merupakan kecenderungan hasrat dan minat konsumen dalam menggunakan internet untuk bertransaksi (Lui dan Jamieson, 2003).

Seseorang baik secara individu maupun kolektif dalam penerimaan penggunaan suatu teknologi informasi tergantung pada variasi penggunaan suatu sistem, karena penggunaan suatu sistem berbasis teknologi informasi diyakini dapat mengembangkan kinerja individu atau organisasi. Indikator penerimaan teknologi informasi dilihat dari penggunaan sistem dan keinginan untuk menggunakan komputer. Minat untuk menggunakan (*intention to use*) mengacu pada tujuan individu untuk melakukan berbagai perilaku yang beragam dan dapat dipertimbangkan sebagai alasan khusus terhadap keyakinan (De Lone, 1981).

Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah *peripheral* pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lainnya (Davis, 1989).

2.4. Sikap (*Attitude*)

Sikap merupakan suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan dinamis terhadap perilaku (Allport, 2003). Terdapat pula beberapa

definisi lain mengenai sikap yang diantaranya sikap adalah perasaan atau evaluasi secara umum baik positif atau negatif kepada orang atau objek (McGuire, 1986). Sikap juga merupakan pandangan individu berdasarkan pengetahuan penilaian dan proses orientasi tindakan terhadap suatu objek (Kinnear dan Taylor, 1987). Sikap sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang menunjukkan orang merespon dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang diberikan (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994). Dalam kamus *marketing* (pemasaran) sikap juga didefinisikan sebagai kondisi mental atau akal budi tertentu yang mencerminkan suatu pandangan pribadi yang negatif atau positif mengenai suatu objek atau konsep, atau suatu keadaan acuh tak acuh yang menunjukkan titik tengah (*mid point*) diantara dua titik ataupun dua pokok yang saling berlawanan (Hart dan Stapleton, 1995).

Menurut Loudon dan Dela Bitta (1993), sikap memiliki 4 fungsi, yaitu:

1. Fungsi Penyesuaian

Fungsi ini mengarahkan manusia menuju objek yang menyenangkan atau menjauhi objek yang tidak menyenangkan. Hal ini mendukung konsep utilitarian mengenai maksimasi hadiah atau penghargaan dan minimasi hukuman.

2. Fungsi Pertahanan Diri

Sikap dibentuk untuk melindungi ego atau citra diri terhadap ancaman serta membantu untuk memenuhi suatu fungsi dalam mempertahankan diri.

3. Fungsi Ekspresi Nilai

Sikap ini mengekspresikan nilai-nilai tertentu dalam suatu usaha untuk menerjemahkan nilai-nilai tersebut ke dalam sesuatu yang lebih nyata dan lebih mudah ditampilkan.

4. Fungsi Pengetahuan

Manusia membutuhkan suatu dunia yang mempunyai susunan teratur rapi, oleh karena itu mereka mencari konsistensi, stabilitas, definisi dan pemahaman dari suatu kebutuhan yang selanjutnya berkembanglah sikap kearah pencarian pengetahuan.

Sikap merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif atau cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*), dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioural components*). Sikap konsumen berdasarkan pada pandangan terhadap proses belajar baik dari pengalaman ataupun orang lain. Sikap masing-masing individu memiliki perbedaan, baik dari bagaimana cara seseorang memandang atau melihat sesuatu. Sikap seseorang dapat menentukan perilaku dan cara berpikir seseorang.

Menurut Mar'at (1981) sikap memiliki 3 komponen, yaitu:

1. Komponen Kognisi yang hubungannya dengan kepercayaan (*beliefs*), ide, dan konsep. Komponen kognisi berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap tersebut. Kepercayaan dapat terus berkembang. Pengalaman pribadi, apa yang diceritakan orang lain, dan kebutuhan emosional kita sendiri merupakan determinan utama dalam terbentuknya kepercayaan. Kepercayaan datang dari apa yang telah kita ketahui

kemudian terbentuk suatu ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik umum suatu objek.

2. Komponen Afeksi yang menyangkut kehidupan emosional seseorang. Komponen ini menyangkut masalah emosional seseorang terhadap suatu objek sikap. Pada umumnya reaksi emosional banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa yang kita percayai sebagai mana yang benar dan berlaku bagi objek yang dimaksud.
3. Komponen Tingkah Laku yang merupakan kecenderungan bertingkah laku. Komponen ini termasuk dalam struktur sikap bagaimana perilaku yang ada pada diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Kaitan ini didasari atas kepercayaan dan perasaan sehingga mempengaruhi perilaku seseorang.

Sikap dapat dibentuk melalui 3 faktor, yaitu:

1. *Personal Experience*
2. *Group Associations*
3. *Influential others*

Pengalaman pribadi seseorang akan membentuk dan mempengaruhi penghayatan terhadap stimulus sosial. Tanggapan akan menjamin salah satu dasar dari terbentuknya sikap. Syarat untuk mempunyai tanggapan dan penghayatan adalah harus memiliki pengalaman yang berkaitan dengan objek psikologi (Loudon dan Dela Bitta, 1993). Sikap seseorang juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dimana seseorang tersebut berada, baik itu keluarga, teman, kelompok kerja atau organisasi. Pengaruh dari orang lain baik itu dari lingkungan sekitar ataupun tidak dianggap penting. Karena pada dasarnya seseorang cenderung memilih mengikuti atau bergabung

bersama seseorang atau sekumpulan orang yang dianggap oleh seseorang itu nyaman, dan memiliki pemikiran yang sejalan atau sepaham.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesa yang digunakan adalah:

H1: Sikap memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan.

2.5. Manfaat yang Dirasakan (*Perceived Usefulness*)

Manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) adalah “*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performance*” atau suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahawa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja seseorang (Davis, 1989). Manfaat yang dirasakan dapat didefinisikan menjadi suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Dimensi tentang manfaat teknologi informasi meliputi :

1. Manfaat, meliputi dimensi: menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, menambahkan produktivitas.
2. Efektivitas, meliputi dimensi: mempertinggi efektivitas, mengembangkan kinerja pekerjaan.

Manfaat yang dirasakan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa adanya teknologi akan meningkatkan produktivitas dan kinerja pekerjaan mereka (Davis, 1989). Manfaat kegunaan juga dapat didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Dengan kata lain, konstruk ini mengandung suatu kepercayaan (*belief*) dalam hal pengambilan keputusan (Taylor dan Todd, 1995).

Berbagai studi empiris telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya untuk menguji hubungan antara manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dengan sikap

(*attitude*) dalam hal penerimaan teknologi sistem informasi. Hasilnya menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap individu dalam menggunakan teknologi sistem informasi (Maholtra dan Galetta, 1999; Vijayasarathy, 2004; Gong Xu dan Tu, 2004; Pikkarainen et.al., 2004; Hung, Chang dan Yu, 2006; Govindaraju dan Indriany, 2007; Yuliharsi et.al., 2011, Fathia 2012). Akan tetapi ditemukan perbedaan pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Taylor dan Todd (1995), Kusuma dan Susilowati (2007) yang dimana hasil dari penelitian tersebut adalah manfaat yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan teknologi informasi. Adanya ketidak konsistenan hasil penelitian tersebut memotivasi peneliti melakukan penelitian kembali dengan menguji pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap individu menggunakan *online banking*. Pada dasarnya faktor yang mempengaruhi orang untuk menggunakan teknologi adalah motivasi ekstrinsik dan motivasi intrinsik. Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang ditimbulkan karena persepsi bahwa teknologi merupakan instrument untuk meningkatkan *value* yang berbeda pada *outcomes* yang diperoleh dari aktivitas spesifik. Sedangkan motivasi intrinsik adalah tumbuh ketika kebutuhan utama dari sebuah aktivitas itu ada. Motivasi ekstrinsik dan motivasi intrinsik.

Tolak ukur dari manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) adalah berdasarkan frekuensi penggunaan dan keragaman (diversifikasi) aplikasi yang digunakan. Seseorang akan menggunakan teknologi informasi (sistem) jika mengetahui manfaat positif atas penggunaan teknologi informasi tersebut (Thompson, 1991). Keinginan seseorang untuk menggunakan suatu sistem yang digunakan maka orang tersebut berkeinginan untuk menggunakan sistem tersebut (Klopping dan McKinney, 2004).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesa yang digunakan adalah:

H2: Manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.

H3: Manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.

2.6. Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan (*Perceived Ease of Use*)

Kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu sistem sehingga tidak perlu mengeluarkan usaha yang keras. Kemudahan penggunaan yang dirasakan juga dapat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu sistem digunakan karena sistem tersebut mudah dipahami dan digunakan, sehingga tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) (Davis, 1989). Yang menjadi indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi adalah:

1. Komputer sangat mudah dipelajari.
2. Komputer mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.
3. Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan komputer.
4. Komputer sangat mudah untuk dioperasikan.

Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan komputer merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi (Igbaria dan Chakrabarti, 1990).

Dalam TAM, faktor kegunaan yang dirasakan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap seseorang pada pengguna teknologi tersebut. Sikap pada pengguna sesuatu adalah sikap suka atau

tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya. Pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah mengoperasikannya (*compatible*) sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Mudah dipahami artinya sebuah sistem tersebut mudah dipahami atau dimengerti oleh pengguna pada saat pertama kali menggunakan sistem tersebut. Sedangkan mudah dioperasikan berarti bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan ataupun digunakan pada saat pertama kali mencoba menggunakan sistem tersebut. Sehubungan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), *perceived usefulness* juga dipengaruhi oleh *perceived ease of use* (Venkatesh dan Davis, 2000). Pada penelitian yang pernah dilakukan oleh (Saade, Nebebe, dan Tan, 2007; Tangke, 2004) menemukan *perceived ease of use* memiliki hubungan yang positif atas *perceived usefulness*. Dengan adanya kemudahan suatu sistem maka seseorang akan merasakan suatu kemanfaatan atas sistem tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesa yang digunakan adalah:

H4: Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.

H5: Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap manfaat yang dirasakan.

2.7. Keamanan Web yang Dirasakan (*Perceived Web Security*)

Web merupakan singkatan dari *website*. Yang dimana arti dari *website* itu sendiri adalah kumpulan dari beberapa *web pages* yang disimpan pada komputer

tertentu (*web server*) dan diakses oleh komputer di luar (Bell, 2011). Website mendukung konsumen dalam berinteraksi secara online dengan *e-retailer*, dalam proses pencarian atau perolehan informasi dari *website*, serta dalam menyelesaikan langkah-langkah dalam transaksi *online* (Chen dan Barnes, 2007).

Keamanan web yang dirasakan adalah persepsi konsumen tentang keamanan dan kemampuan *website* dalam menyelesaikan transaksi dengan baik dan tepat. Ketika transaksi dengan pihak yang tidak dikenal (*unknown*), nasabah akan mengevaluasi kemampuan pihak bank untuk melindungi informasi pribadi yang berkaitan dengan para nasabah, keberhasilan menyelesaikan transaksi, dan menawarkan bantuan menyelesaikan suatu masalah dalam bertransaksi secara *online* (Clarke, 2011). Masalah keamanan terutama mengacu pada kemampuan sistem untuk menyediakan lingkungan transaksi yang aman. Perannya adalah untuk mendukung kredibilitas transaksi *online* dan hal ini bias dicapai dengan mengingatkan kepercayaan dalam transaksi komersial melalui *website*, dimana pihak yang bertransaksi tidak berinteraksi langsung satu sama lain. Keamanan juga mencerminkan persepsi mengenai kehandalan metode pembayaran yang digunakan dan mekanisme transmisi data dan penyimpanan (Kolsaker dan Payne, 2002). Kelemahan keamanan seperti yang dirasakan oleh konsumen *e-commerce* merupakan resiko dan kendala utama untuk pengembangan *e-commerce* (Dong-Her, 2004).

Nasabah yang merasa aman terhadap lingkungan internet secara keseluruhan akan cenderung percaya terhadap *website* yang menawarkan aplikasi yang menawarkan fasilitas perbankan. Namun ada pula sebagian nasabah yang merasa bahwa internet itu tidak aman sehingga nasabah tersebut enggan menggunakan aplikasi yang menawarkan fasilitas perbankan tersebut. Seseorang yang merasa aman terhadap internet akan

memiliki persepsi *structural assurance* yang tinggi, karena mereka yakin bahwa teknologi internet (misal: enkripsi data) memberikan perlindungan, sehingga seseorang yakin bahwa transaksi melalui internet dapat berjalan secara aman (McKnight, 2002). Definisi dari enkripsi itu sendiri merupakan perlindungan hukum dan *technology safeguard* yang menjaga agar pengguna tidak kehilangan uang dan *privacy* (Gefen et al., 2003).

Keamanan web merupakan faktor utama yang menjadi alasan nasabah mengadopsi *online banking*, karena keamanan dari *privacy* data yang harus nasabah berikan pada saat melakukan transaksi menggunakan *online banking* merupakan faktor terpenting bagi nasabah. Karena sekarang telah banyak kejahatan yang terjadi di internet dengan cara membobol akun bank seorang nasabah. Kejahatan ini dilakukan oleh seorang *hacker*, dimana *hacker* ini mengambil sejumlah nominal uang dari akun seorang nasabah bank. Serta *hacker* tersebut juga dapat melakukan transaksi pembelian barang menggunakan kartu kredit nasabah, hanya cukup mengetahui beberapa data pribadi nasabah. Yang dimana data pribadi nasabah tersebut berguna untuk melewati tingkat keamanan yang ditampilkan pada sebuah web pada saat melakukan transaksi pembelian. Kejahatan yang dilakukan oleh para *hacker* ini yang membuat banyak nasabah khawatir untuk menggunakan *online banking*, karena ini sangat merugikan nasabah. Karena jika hal seperti ini terjadi, tidaklah ada pertanggung jawaban berupa ganti rugi sejumlah kerugian yang dialami nasabah. Karena itu merupakan diluar tanggung jawab pihak bank, hal ini yang membuat seorang nasabah berfikir matang untuk menggunakan *online banking* untuk menghindari kejadian seperti ini. Dan dari rasa kekhawatiran nasabah itu pula, bank diminta untuk memberikan penawaran *online banking* dengan keamanan web yang sangat baik. Demi menjaga data pribadi nasabah serta menghindari

terjadinya kerugian dari pihak nasabah dan bank. Dan disini bank diminta dapat merancang sebuah web untuk melakukan transaksi perbankan yang sangat aman dan memiliki tingkat keamanan yang sangat tinggi. Agar nasabah pun tertarik dan percaya untuk menggunakan *online banking* pada web bank tersebut.

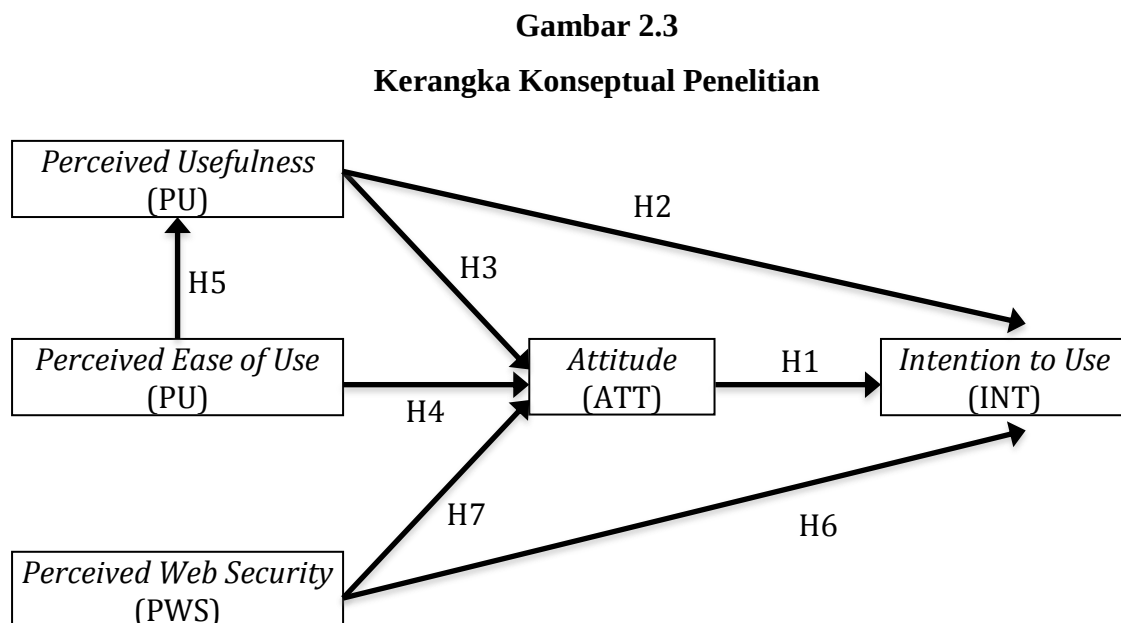
Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesa yang digunakan adalah:

H6: Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.

H7: Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.

2.8. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan hipotesis di atas, maka kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut



Sumber: Customer's Intention to Use *Online Banking* (Cheng et al., 2006)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat diklasifikasikan sebagai studi empiris yang berupaya untuk memperoleh data secara langsung yang bersifat fakta. Hampir tidak ada penelitian yang meneliti minat perilaku nasabah untuk mengadopsi layanan *online banking* dengan memperluas TAM. Melihat sedikitnya bahkan hampir tidak ada yang melakukan penelitian bertemakan ini maka peneliti sebelumnya melakukan pengujian hipotesis menggunakan kerangka TAM asli sebagai dasar untuk menentukan prediktor minat nasabah untuk menggunakan *online banking* (Cheng et al, 2006). Untuk mengumpulkan data, peneliti sebelumnya merancang kuesioner dengan mengadaptasi instrument dan skala yang dikembangkan untuk TAM. Peneliti sebelumnya menambahkan konstruk keamanan web yang dirasakan (*perceived web security*) (Salisbury et al, 2001). Instrument dan skala yang digunakan untuk mengukur konstruk ini menyesuaikan dalam kuesioner peneliti sebelumnya.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh objek yang diteliti. Sampel adalah besaran karakteristik tertentu dari sebagian populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi. Diperlukan tata cara yang digunakan dalam memilih bagian sampel untuk menarik sifat karakteristik populasi sehingga dapat diperoleh sampel penelitian yang representatif seperti karakteristik populasinya.

Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat di wilayah Yogyakarta yang pernah menggunakan *online banking*, tanpa membatasi pengguna *online banking*

dari nasabah bank manapun. Populasi ini dipilih karena adanya keragaman, sangat dinamis, cepat tanggap, serta peka terhadap perubahan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 orang. Hal ini sesuai dengan batas minimal alat analisis *structural equation modeling* (SEM) yaitu 100 unit (Ghozali, 2008). Pada penelitian ini, penulis mendistribusikan kuesioner pada 200 nasabah bank di Yogyakarta. Kuesioner yang didistribusikan menggunakan *hard copy*. Dari data mentah ini kemudian dipilih dan disaring untuk memperoleh data yang berkualitas.

3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik ini merupakan suatu bentuk instrumen pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data berupa daftar pertanyaan yang disusun sedemikian rupa untuk dijawab oleh responden. Pertanyaan tersebut cukup terperinci dan lengkap. Penulis menggunakan jenis pertanyaan kuesioner tertutup yaitu pertanyaan yang jawabannya telah ditentukan terlebih dahulu, sehingga responden tidak diberi kebebasan untuk memberikan alternatif jawaban, namun telah disediakan alternatif jawabannya. Seluruh survei dilakukan di bulan Mei 2013 sampai Juni 2013. Jumlah sampel yang diperoleh adalah 200 responden.

3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas (*independent*) yang merupakan elemen dari kegunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) dan keamanan web yang dirasakan (*perceived web security*) serta tiga variabel terikat (*dependent*) yaitu minat menggunakan (*intention to use*), sikap (*attitude*), dan manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*). Pengukuran variabel tersebut diadaptasi dari instrument penelitian yang dipergunakan Hsu (2012) dengan menggunakan enam Skala Likert, dimana 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan 6 menunjukkan sangat setuju.

Berikut ini adalah ilustrasi pengukuran skala 6 poin:

Sangat Tidak Setuju (STS)	: diberi nilai 1
Tidak Setuju (TS)	: diberi nilai 2
Agak Tidak Setuju (ATS)	: diberi nilai 3
Agak Setuju (AS)	: diberi nilai 4
Setuju (S)	: diberi nilai 5
Sangat Setuju (SS)	: diberi nilai 6

Adapun definisi operasional dan rincian pengukuran masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut:

3.4.1. Minat Menggunakan (*Intention to Use*)

Kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi atau minat seseorang untuk menggunakan teknologi informasi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi informasi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya

keinginan menambah *peripheral* pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lainnya (Davis, 1989). Minat menggunakan mengacu pada nasabah yang menggunakan internet sebagai lawan penggunaan aktual mereka yaitu layanan *online banking* (Cheng et al., 2006).

Sesuai dengan penelitian sebelumnya, yaitu oleh Cheng et al. (2006), maka indikator untuk mengukur minat menggunakan (*intention to use*) adalah sebagai berikut:

- Menggunakan *online banking* untuk keperluan perbankan
- Menggunakan *online banking* untuk menangani transaksi perbankan adalah sesuatu yang akan dilakukan
- Melihat penggunaan *online banking* untuk menangani transaksi perbankan

3.4.2. Sikap (*Attitude*)

Sikap mengacu pada perasaan positif atau negatif nasabah (evaluasi mempengaruhi) tentang melakukan perilaku tertentu (Fishbein dan Ajzen, 1975). Sikap sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap seseorang terdiri atas komponen kognisi (*cognitive*), afeksi (*affective*), dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioural components*). Sikap pengguna terhadap komputer dapat pula ditunjukkan dengan sikap optimistik pengguna bahwa komputer sangat membantu dan bermanfaat untuk mengatasi masalah atau pekerjaannya (Triandis, 1971). Sikap seseorang itu

biasanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan ekonomi, sosial, politik, budaya dan agama (Norizah, 2005). Sikap merupakan salah satu komponen yang terdapat dalam konstruk motivasi (Gardner, 2004). Sikap merupakan suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, disorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan atau dinamis terhadap perilaku (Allport, 2003). Sikap juga merupakan pandangan individu berdasarkan pengetahuan penilaian dan proses orientasi tindakan terhadap suatu obyek atau gejala (Kinnear dan Taylor, 1987). Sikap adalah konsep penting dalam literatur psikologi lebih dari satu abad, lebih dari 100 definisi dan 500 pengukuran sikap telah dikemukakan oleh para ahli (Peter dan Olson, 1999). Walaupun telah banyak definisi mengenai sikap telah dikemukakan, namun semua definisi ini memiliki kesamaan yang umum yaitu bahwa sikap diartikan sebagai evaluasi dari seseorang, “ *We define attitude as a person’s overall evaluation of a concept*” (Peter dan Olson, 1999).

Sesuai dengan penelitian sebelumnya, yaitu oleh Cheng et al. (2006), maka indikator untuk mengukur sikap (*attitude*) adalah sebagai berikut:

- Penggunaan *online banking* adalah ide yang bagus
- Penggunaan *online banking* untuk transaksi keuangan merupakan ide yang baik
- Penggunaan *online banking* menyenangkan
- Penggunaan *online banking* merupakan sebuah kebutuhan

3.4.3. Manfaat yang Dirasakan (*Perceived Usefulness*)

Manfaat (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subjek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut (Davis, 1989 dan Adam et al., 1992). Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa kemanfaatan dari penggunaan komputer dapat meningkatkan kinerja, prestasi kerja orang yang menggunakannya. Manfaat teknologi informasi dalam merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi dalam melaksanakan tugasnya (Thompson et al., 1991). Pengukuran manfaat tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas atau keragaman aplikasi yang dijalankan, dan seseorang yang akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui manfaat positif yang diterima, maka seseorang tersebut akan menggunakan teknologi informasi tersebut (Thompson et al., 1991).

Sesuai dengan penelitian sebelumnya, yaitu oleh Cheng et al. (2006), maka indikator untuk mengukur manfaat yang dirasakan adalah sebagai berikut:

- Penggunaan *online banking* dapat membuat saya menyelesaikan pekerjaan lebih cepat
- *Online banking* dapat mempermudah penyelesaian pekerjaan
- *Online banking* sangat bermanfaat
- Secara keseluruhan, penggunaan *online banking* menguntungkan

3.4.4. Kemudahan Penggunaan yang Diraskan (*Perceived Ease of Use*)

Kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai suatu tingkat dimana atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) (Davis, 1989). Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Goodwin, 1987 dan Silver, 1988). Mempengaruhi penerimaan terhadap penggunaan *online banking* secara langsung melalui konstruk persepsi penggunaan kegunaan *online banking* terhadap kemudahan yang dirasakan (*perceived usefulness*) (hipotesis H5) dan sikap pengguna terhadap kemudahan penggunaan *online banking* (hipotesis H4).

Sesuai dengan penelitian sebelumnya, yaitu oleh Cheng et al. (2006), maka indikator untuk mengukur kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah sebagai berikut:

- Belajar penggunaan *online banking* tidak sulit
- Penggunaan *online banking* tidak membutuhkan banyak berpikir
- Penggunaan *online banking* mempermudah untuk menyelesaikan pekerjaan yang berhubungan dengan bank
- Secara keseluruhan, penggunaan *online banking* sangat mudah

3.4.5. Keamanan Web yang Diraskan (*Perceived Web Security*)

Sejauh mana seseorang percaya bahwa *World Wide Web* adalah tempat yang aman untuk melakukan transmisi informasi yang bersifat sensitif (Salisbury et al, 2001). Hal ini juga mencatat bahwa penerapan pembelian produk di *World Wide Web* memberikan kemungkinan tingkat risiko yang lebih besar dibandingkan pada saat melakukan pengadopsian inovasi teknologi informasi lainnya. Ketika seseorang melakukan pembelian produk secara *online*, kemungkinan terdapat persepsi resiko yang terlibat dalam transmisi informasi sensitif yang dibutuhkan untuk mendukung proses transaksi yaitu seperti nomor kartu kredit, masa berlaku kartu kredit, nama pemilik kartu kredit.

Sesuai dengan penelitian sebelumnya, yaitu oleh Cheng et al. (2006), maka indikator untuk mengukur keamanan web yang dirasakan (*perceived web security*) adalah sebagai berikut:

- Merasa aman mengirim informasi yang pribadi melalui *online banking*
- *Online banking* aman untuk mengirim informasi yang bersifat pribadi
- Merasa benar-benar aman untuk memberikan informasi yang bersifat pribadi tentang diri saya melalui *online banking*
- Secara keseluruhan, *online banking* aman untuk mengirim informasi yang bersifat pribadi

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh hasil yang valid dan reliabel maka dibutuhkan instrument penelitian yang valid dan reliabel. Oleh karena itu, sebelum pengumpulan data dilakukan, instrumen penelitian atau kuesioner penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengedarkan kuesioner tersebut kepada 35 orang responden.

Validitas memastikan kemampuan skala untuk mengukur konsep yang dimaksudkan (Sekaran, 2000). Setiap variabel yang digunakan dalam pengukuran diuji untuk mengetahui apakah cocok dengan teori. Sebuah indikator dikatakan valid jika mempunyai nilai *corrected item total corellation* ≥ 0.30 .

Reliabilitas dari suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut terhindar dari bias atau bebas dari kesalahan, dan karenanya memberikan pengukuran yang konsisten setiap waktu dan pada berbagai item dalam instrumen (Sekaran, 2000). Dengan demikian, uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dan keakuratan dalam pengukuran. Untuk menguji reliabilitas dari setiap variabel, koefisien *Cronbach's Alpha* yang digunakan sebagai penelitian ini menggunakan *multipoint-scaled items* untuk menilai data. Suatu data dianggap dapat diandalkan ketika *Cronbach alpha* menunjukkan nilai $\alpha \geq 0.60$, di mana nilai yang paling dapat diandalkan adalah 1.0.

Tabel 3.1

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r table	Keterangan	<i>Cronbach's Alpha</i>	α	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i>				0,924	0,60	Reliabel
PU1	0,902	0,30	Valid			
PU2	0,826	0,30	Valid			
PU3	0,893	0,30	Valid			
PU4	0,689	0,30	Valid			
<i>Perceived Ease of Use</i>				0,927	0,60	Reliabel
PEOU1	0,873	0,30	Valid			
PEOU2	0,849	0,30	Valid			
PEOU3	0,844	0,30	Valid			
PEOU4	0,760	0,30	Valid			
<i>Intention to Use</i>				0,920	0,60	Reliabel
INT1	0,835	0,30	Valid			
INT2	0,829	0,30	Valid			
INT3	0,876	0,30	Valid			
<i>Attitude</i>				0,878	0,60	Reliabel
ATT1	0,684	0,30	Valid			
ATT2	0,812	0,30	Valid			

ATT3	0,828	0,30	Valid			
ATT4	0,664	0,30	Valid			
Perceived Web Security				0,921	0,60	Reliabel
PWS1	0,803	0,30	Valid			
PWS2	0,819	0,30	Valid			
PWS3	0,849	0,30	Valid			
PWS4	0,805	0,30	Valid			

Sumber: Data Survei, 2013

3.6. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis *structural equation modeling* (SEM), mengingat model konseptual penelitian ini mempunyai tiga dependen variabel dan satu independen variabel. Model seperti ini tidak bisa dianalisa dengan analisa regresi berganda. Penggunaan metode analisis SEM dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi dari sebuah konstruk dan pada saat yang sama mampu mengukur pengaruh atau derajat hubungan antar faktor yang telah diidentifikasi dimensi- dimensinya (Ferdinand, A.T., 2000). Menurut Ferdinand, A.T (2000), sebuah permodelan SEM yang lengkap pada dasarnya terdiri dari *measurement model* dan *structural model*. *Measurement model* atau model pengukuran ditujukan untuk mengkonfirmasi sebuah dimensi atau faktor berdasarkan indikator-indikator empirisnya. *Structural model* adalah model mengenai struktur hubungan yang membentuk atau menjelaskan kualitas antar faktor.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Kebiasaan Konsumen

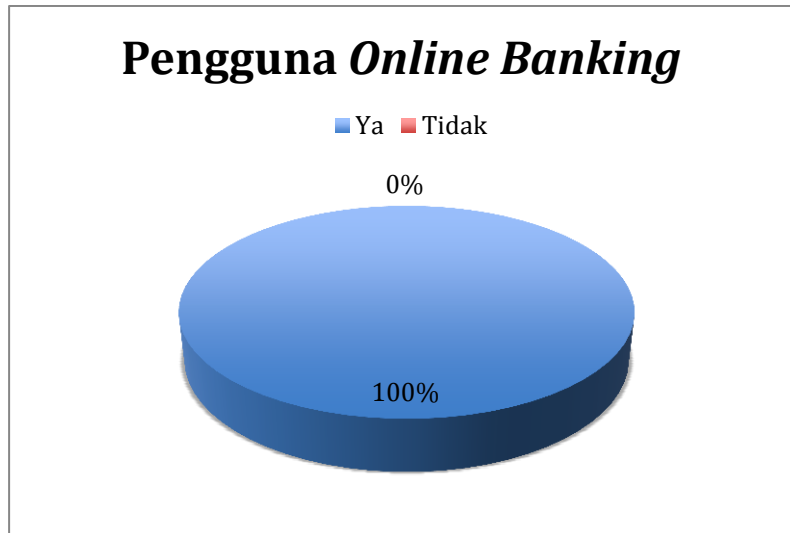
Pengetahuan dan keikutsertaan responden dalam penggunaan *online banking* pada penelitian ini dapat dijelaskan kedalam 3 kategori yang didasarkan pada responden pengguna *online banking* atau tidak, berapa lama responden menggunakan *online banking*, dan seberapa sering responden menggunakan *online banking*. Dalam hal ini, dampak dari karakteristik pengetahuan dan keikutsertaan responden dalam penggunaan *online banking* tidak diselidiki secara khusus dan tidak dikembangkan dalam penelitian ini. Selain itu hal tersebut digunakan sebagai informasi tambahan yang dapat digunakan sebagai filter awal sebelum responden mengisi bagian pada pertanyaan karakteristik demografi.

4.1.1. Responden Pengguna *Online banking*

Responden dalam penelitian ini adalah mereka yang menggunakan *online banking*. Merupakan filter untuk pengisian pertanyaan selanjutnya. Dan dari total 200 responden menunjukkan bahwa 100% adalah mereka yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pengguna *online banking*.

Grafik 4.1

Responden Pengguna *Online banking*



Sumber: Data Survei, 2013

Tabel 4.1

Responden Pengguna *Online banking*

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Ya	200	100%
Tidak	0	0%
Total	200	100%

Sumber: Data Survei, 2013

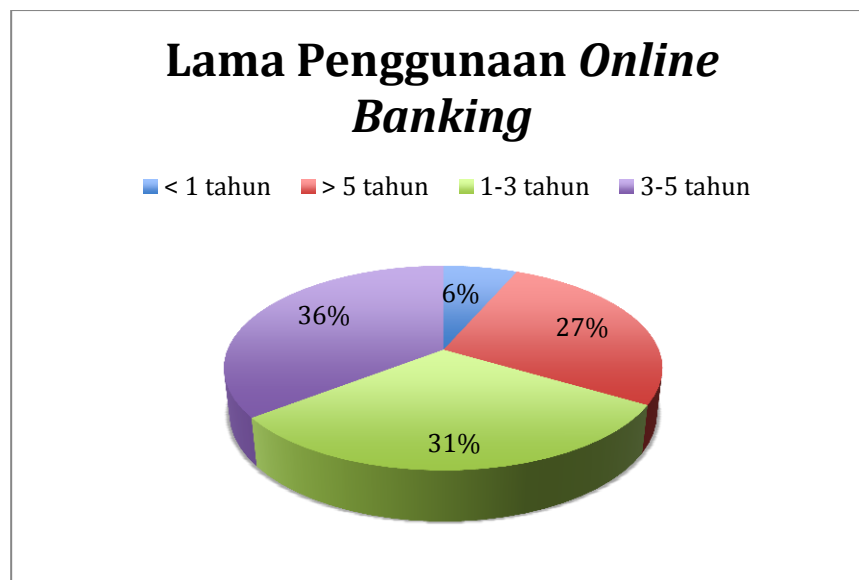
4.1.2 Lama Responden Menggunakan *Online banking*

Responden dalam penelitian ini adalah mereka yang sudah mempunyai pengalaman dalam menggunakan *online banking* dan mereka juga merupakan pengguna *online banking*. Ada 4 indikator yang menjadi bagian di dalamnya, dan responden diberikan kesempatan untuk memilih jawaban sesuai dengan apa

yang responden rasakan selama ini. Dari total 200 responden, sebanyak 6% adalah mereka yang menggunakan *online banking* kurang dari 1 tahun, 31% adalah mereka yang menggunakan *online banking* 1-3 tahun, 36% adalah mereka yang menggunakan *online banking* 3-5 tahun. Kemudian 27% adalah mereka yang menggunakan *online banking* lebih dari 5 tahun. Responden yang paling lama menggunakan *online banking* ini adalah selama 3-5 tahun. Penggunaan selama ini bisa jadi digunakan untuk keperluan bisnis. Karena orang yang berbisnis atau pekerja lainnya yang berhubungan dengan keuangan maka akan banyak melakukan aktivitas transaksi di bank. Seperti penyetoran uang, transfer, pembayaran, dsb.

Grafik 4.2

Lama Responden Menggunakan *Online banking*



Sumber: Data Survei, 2013

Tabel 4.2

Lama Responden Menggunakan *Online banking*

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
< 1 Tahun	13	6,5%
> 5 Tahun	54	27%
1-3 Tahun	62	31%
3-5 Tahun	71	35,5%
Total	200	100%

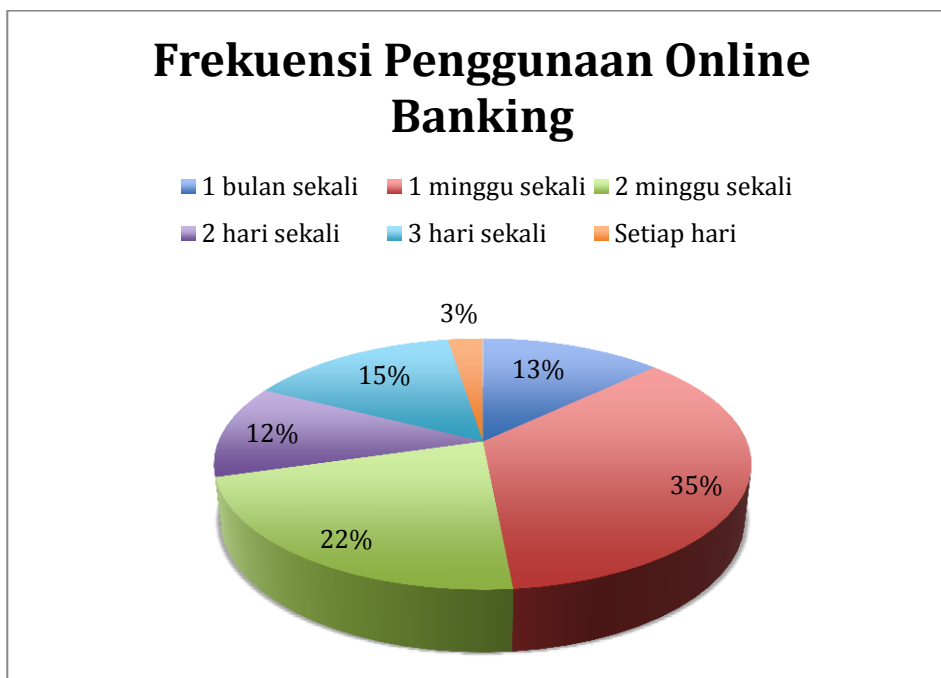
Sumber: Data Survei, 2013

4.1.3 Seberapa Sering Responden Menggunakan *Online banking*

Dari 200 responden, responden diberikan kebebasan untuk menjawab pertanyaan sesuai dengan apa yang responden rasakan. 2,5% adalah mereka yang menggunakan *online banking* setiap hari, 12% adalah mereka yang menggunakan *online banking* 2 hari sekali, 15% adalah mereka yang menggunakan *online banking* 3 hari sekali, 35,5% adalah mereka yang menggunakan *online banking* 1 minggu sekali, 22% adalah mereka yang menggunakan *online banking* 2 minggu sekali. Kemudian 13% adalah mereka yang menggunakan *online banking* 1 bulan sekali. Pada persentase tertinggi yaitu pada 35,5% yaitu pada penggunaan *online banking* 1 minggu sekali dapat lebih ditingkatkan. Karena pada umumnya bank memiliki kegiatan undian tahunan, yang dimana undian tahunan itu dilihat dari tingkatan transaksi seseorang. Semakin sering seseorang melakukan transaksi maka kesempatan seseorang tersebut untuk memenangkan undian relatif besar.

Grafik 4.3

Frekuensi Responden menggunakan *Online banking*



Sumber: Data Survei, 2013

Tabel 4.3

Frekuensi Responden Menggunakan *Online banking*

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
1 Bulan Sekali	26	13%
1 Minggu Sekali	71	35,5%
2 Minggu Sekali	44	100%
2 Hari Sekali	24	12%
3 Hari Sekali	30	15%
Setiap Hari	5	2,5%

Total	200	100%
-------	-----	------

Sumber: Data Survei, 2013

4.2. Karakteristik Demografi Responden

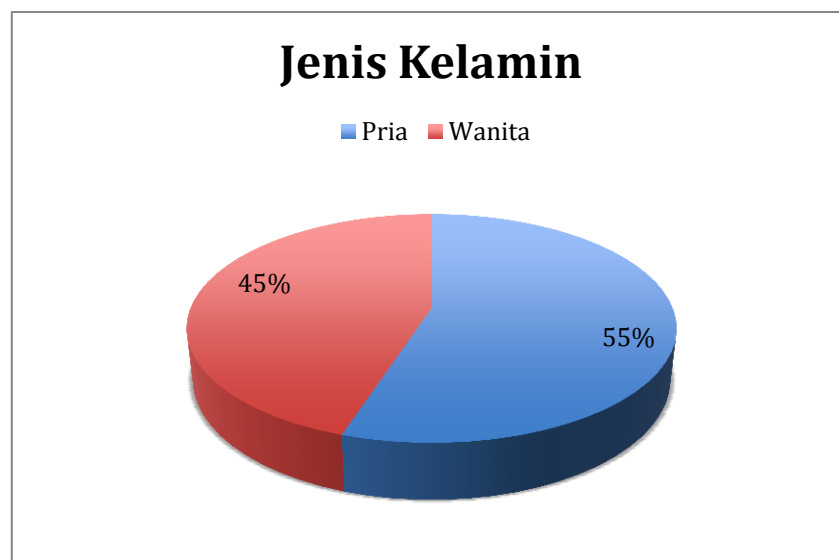
Karakteristik demografi responden dalam penelitian ini digambarkan kedalam empat kategori yang didasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Karakteristik demografi yang dibahas dapat mewakili penduduk di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berikut ini menunjukkan tabel dan gambar grafik demografi responden.

4.2.1. Jenis Kelamin Responden

Dari 200 responden, menunjukkan bahwa responden pria berjumlah 110 orang atau sekitar 55%, sedangkan responden wanita berjumlah 90 orang atau sekitar 45%. Dari data ini menunjukkan bahwa responden pria lebih mendominasi dari pada responden wanita.

Grafik 4.4

Jenis Kelamin Responden



Sumber: Data Survei, 2013

Tabel 4.4

Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Pria	110	55%
Wanita	90	45%
Total	200	100%

Sumber: Data Survei, 2013

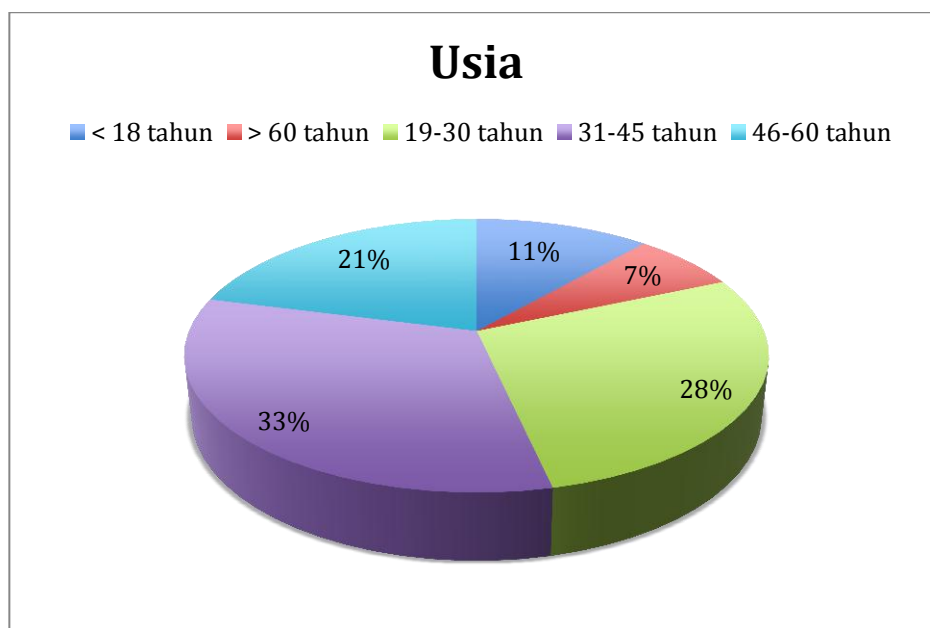
4.2.2. Usia Responden

Dari 200 total responden yang di distribusikan, menunjukkan sebagian besar responden berkisar antara usia 31 sampai 45 tahun yaitu sebesar 32,5% atau 65 orang. Mereka lebih dominan mengambil bagian dalam survei. Rentang usia 31–45 tahun menunjukkan dimana pengguna dalam status sudah bekerja atau sudah memiliki pekerjaan melainkan bukan pelajar maupun mahasiswa. Yang dimana pastinya mereka sudah memiliki penghasilan sendiri dan secara otomatis mereka banyak yang menggunakan *online* banking guna untuk mempermudah transaksi perbankan mereka. Tanpa dilihat dari hasil penghasilan, bagi responden yang sudah bekerja, mereka banyak yang menggunakan *online banking* juga dapat dikarenakan pekerjaan mereka mengharuskan untuk banyak melakukan aktivitas di bank atau banyak melakukan aktivitas perbankan. Sedangkan responden dengan kriteria usia kurang dari 18 tahun, mereka adalah para siswa yang berstatus sebagai pelajar di sekolah. Jumlahnya mencapai 23 orang atau sekitar 11,5%. Para responden dengan rentang usia 19-30 tahun ada sekitar 56 orang atau sekitar 28%, dan ini merupakan jumlah persentase terbesar kedua setelah para pengguna usia 31-45 tahun. Pada usia 19-30 tahun, pada masa

ini mereka melainkan mahasiswa sarjana (S1) dan Pasca sarjana (S2), namun pada usia ini juga ada pula pengguna yang sudah bekerja. Sedangkan para responden yang memiliki rentang usia 41–60 tahun adalah 42 orang atau sekitar 21%, pada usia ini masih banyak yang menggunakan *online banking*, pada usia ini pengguna yang menggunakan dominan adalah seorang wiraswasta atau yang memiliki bisnis sendiri, sehingga transaksi perbankan dapat mereka lakukan dimana saja. Dan usia lebih dari 60 tahun adalah 14 orang atau sekitar 7%.

Grafik 4.5

Usia Responden



Sumber: Data Survei, 2013

Tabel 4.5

Usia Responden

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
< 18 Tahun	23	11,5%
> 60 Tahun	14	7%
19-30 Tahun	56	28%
31-45 Tahun	65	32,5%
46-60 Tahun	42	21%
Total	200	100%

Sumber: Data Survei, 2013

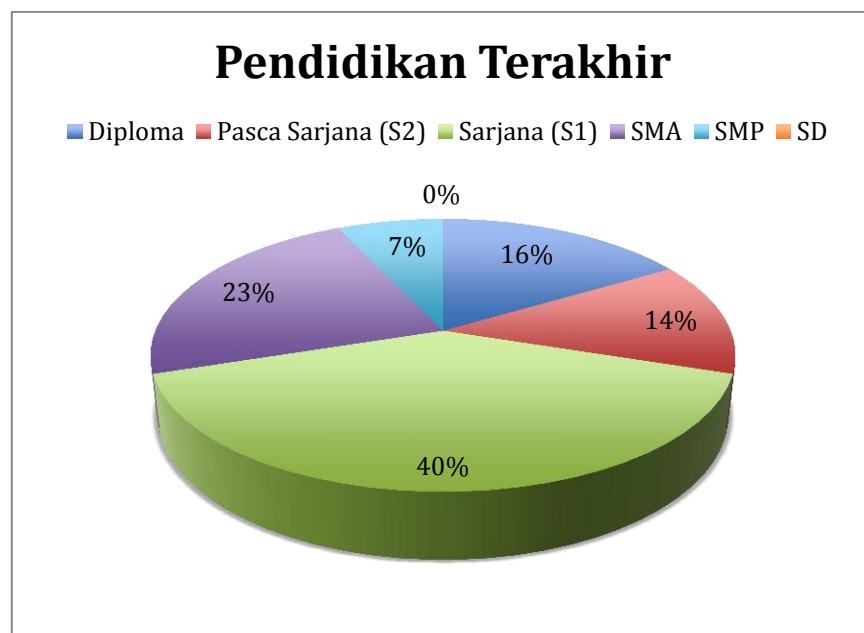
4.2.3. Pendidikan Responden

Sebagian besar responden adalah siswa dari sekolah menengah atas dan sarjana. Responden dengan pendidikan terakhir sarjana adalah sekitar 80 orang atau 40% sedangkan jumlah responden dengan pendidikan terakhir SMA adalah sekitar 23% dengan jumlah 46 orang. Sekitar 33 orang atau 16,5% adalah mereka yang telah memiliki gelar diploma. Dengan demikian, sebagian besar dari mereka sedang menempuh studi baik di perguruan tinggi atau universitas. Kemudian responden yang telah menyelesaikan pendidikan pasca sarjana adalah sekitar 27 orang atau 13,5%. Selain itu, 7% atau 14 orang dari responden memiliki pendidikan terakhir SMP. Dan tidak ada dari responden yang memiliki pendidikan terakhir SD. Sehingga sebagian besar responden adalah berpendidikan terakhir seminimalnya adalah SMP. Dari hasil persentase telah menunjukkan pendidikan terakhir responden yang tertinggi adalah sarjana.

Dapat disimpulkan responden dapat benar benar menguasai penggunaan *online banking* karena pada dasarnya penggunaan *online banking* harus dapat menguasai penggunaan komputer, karena segala transaksi *online banking* hanya dapat beroperasi dengan menggunakan komputer. Dengan pendidikan responden terakhir yang tertinggi adalah sarjana maka dapat dipastikan responden secara keseluruhan menguasai penggunaan komputer, karena pada program studi sarjana, seorang mahasiswa dituntut untuk dapat mengoperasikan komputer, walaupun hanya sekedar dapat mengoperasikan *Microsoft Office*.

Grafik 4.6

Pendidikan Responden



Sumber: Data Survei, 2013

Tabel 4.6
Pendidikan Responden

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
SD	0	0%
SMP	14	7%
SMA	46	23%
Diploma	33	16,5%
Sarjana (S1)	80	40%
Pasca Sarjana (S2)	27	13,5%
Total	200	100%

Sumber: Data Survei, 2013

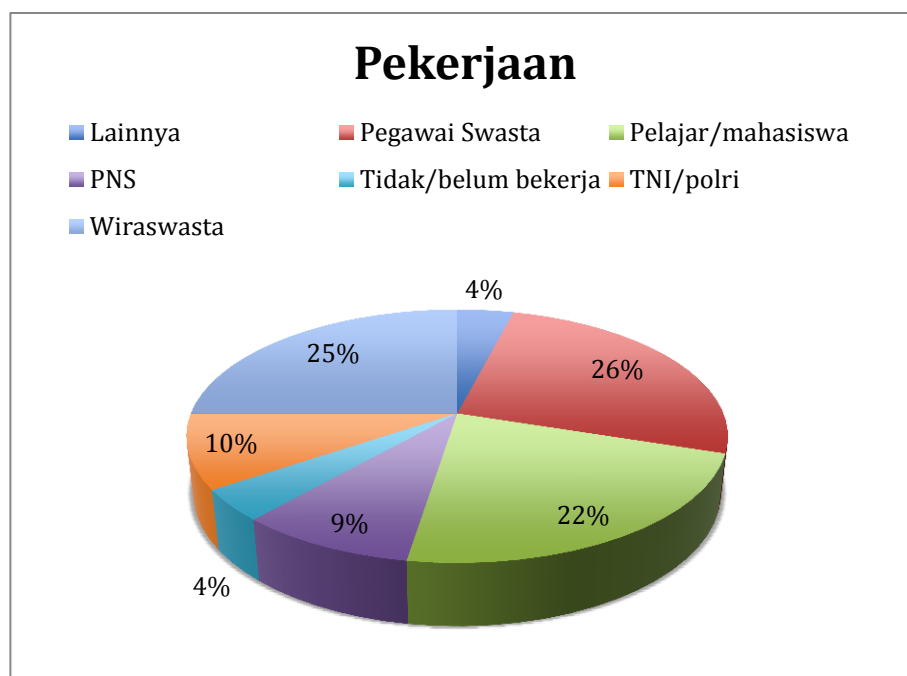
4.2.4. Pekerjaan Responden

Sebanyak 8 orang responden atau sekitar 4% dari 200 responden yang menganggur atau belum memiliki pekerjaan. Sekitar 22,5% atau 45 orang dari responden masih menyelesaikan pendidikan sekolah dan perguruan tinggi mereka. Sebanyak 52 responden atau 26% dari mereka adalah bekerja sebagai pegawai swasta. Kemudian sekitar 25% atau sebanyak 50 responden adalah mereka yang bekerja sebagai wirausahawan atau wiraswasta. Sisa dari responden adalah mereka yang bekerja sebagai anggota PNS sebanyak 18 responden atau sekitar 9%, dan sebagai TNI/Polri sebanyak 19 orang atau 9,5%. Dilihat dari hasil persentase tertinggi adalah responden yang berprofesi sebagai wirausaha, karena responden yang berprofesi sebagai wirausaha pasti banyak melakukan transaksi perbankan. Diantaranya responden yang mempunyai atau mengelola bisnis, paling tidak mereka melakukan transaksi di bank seperti

peminjaman dana untuk modal usaha, penyetoran uang, pembayaran, pencairan cek, transfer antar bank ataupun antar rekening. Maka sudah dapat dipastikan responden yang berprofesi sebagai wirausaha banyak melakukan transaksi perbankan terutama menggunakan *online banking* karena mereka memiliki jam terbang yang tinggi. Dari hasil persentase juga dapat dilihat hasil tertinggi kedua adalah pelajar mahasiswa. Dapat dilihat sekarang ini telah banyak pelajar/mahasiswa yang memiliki bisnis sembari mereka sekolah guna untuk menambah uang saku mereka atau sekedar menyalurkan hobi. Terutama bagi pelajar/mahasiswa yang memiliki bisnis *online shop*, sudah dapat dipastikan pasti mereka banyak yang menggunakan *online banking* untuk melakukan transaksi jual beli mereka. Karena *online banking* sangat mendukung kemudahan mereka dalam melakukan transaksi jual beli.

Grafik 4.7

Pekerjaan Responden



Sumber: Data Survei, 2013

Tabel 4.7

Pekerjaan Responden

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Lainnya	8	4%
Pegawai Swasta	52	26%
Pelajar/Mahasiswa	45	22,5%
PNS	18	9%
Tidak/Belum Bekerja	8	4%
ntarTNI/Polri	19	9,5%

Wiraswasta	50	25%
Total	200	100%

Sumber: Data Survei, 2013

4.3. Analisa Pengukuran Model

Tujuan dari model pengukuran (*measurement model*) adalah untuk menggambarkan sebaik apa indikator-indikator tersebut dapat digunakan sebagai instrument pengukuran variabel laten. Model pengukuran adalah penting dalam bidang ilmu sosial dan berperilaku ketika digunakan untuk mengukur sesuatu yang abstrak.

Hal yang menarik dari langkah analisis ini adalah mengevaluasi kekuatan dari garis regresi dan konstruksya menuju pada variabel yang terobservasi. Dengan kata lain bahwa analisis ini berkaitan dengan variabel terobservasi yang dihasilkan dari konstruk tersembunyi yang mendasari. Oleh karena variabel terobsesi dari konstruk dalam penelitian ini ditentukan sebelumnya, serangkaian analisis terhadap faktor konfirmatori dilakukan untuk mengukur hubungan antara masing-masing konstruk dengan variabel yang terobservasi.

Penelitian ini terdiri dari 4 tahapan dalam mengevaluasi kesesuaian model pengukuran. Tahapan tersebut terdiri dari tahapan: penilaian terkaan parameter, penilaian *goodness of fit* model, modifikasi model, dan penilaian reliabilitas dan validitas konstruk.

4.3.1. Penilaian Terkaan Parameter

Penilaian kesesuaian parameter individu dalam sebuah model dilakukan untuk menentukan kemungkinan diterapkannya dari nilai terkaan. Penilaian berfokus pada apakah terkaan parameter berada dalam rentang yang dapat diterima atau tidak. Hal ini mencakup pengamatan positif tertentu dari matrik

korelasi dan nilai korelasi dan varian. Selanjutnya adalah dengan mengevaluasi signifikansi dan reliabilitas statistik. Proses evaluasi terfokus pada nilai t dari parameter, yang menggambarkan bahwa estimasi parameter dibagi menjadi *standarderror*-nya, dan korelasi multipel kuadrat (R^2) dari variabel terobservasi. Holmes-Smith (2001) menyatakan bahwa berdasarkan tingkat $\alpha = 0.05$, parameter, yang memiliki nilai $t \geq 1.96$ dianggap signifikan. Parameter bersifat non-signifikan, dimana nilai $t < 1.96$, sehingga dapat dipindahkan dari model. Holmes-Smith (2001) juga menyatakan bahwa variabel terobservasi bersifat reliabel ketika memiliki nilai $R^2 \geq 0.50$, yang kasarannya sama dengan pusat standar 0.70. Tabel berikut menunjukkan rincian dari variabel dan konstruk yang mendasari.

Tabel 4.8

Penilaian Terhadap Level Signifikansi

Indikator	t-value	level α	Status
<i>Intention to Use</i>			
INT1	0	1.96	Digunakan
INT2	25.71	1.96	Digunakan
INT3	20.76	1.96	Digunakan
<i>Attitude</i>			
ATT1	0	1.96	Digunakan
ATT2	4.68	1.96	Digunakan
ATT3	4.71	1.96	Digunakan
ATT4	4.69	1.96	Digunakan

<i>Perceived Usefulness</i>			
PU1	0.00	1.96	Digunakan
PU2	5.27	1.96	Digunakan
PU3	5.42	1.96	Digunakan
PU4	5.45	1.96	Digunakan
<i>Perceived Web Security</i>			
PWS1	15.14	1.96	Digunakan
PWS2	14.80	1.96	Digunakan
PWS3	16.37	1.96	Digunakan
PWS4	15.18	1.96	Digunakan
<i>Perceived Ease of Use</i>			
PEOU1	14.60	1.96	Digunakan
PEOU2	16.50	1.96	Digunakan
PEOU3	11.35	1.96	Digunakan
PEOU4	12.39	1.96	Digunakan

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Berdasarkan kriteria tersebut, dapat diketahui bahwa indikator PU1 dan INT 1 memiliki $t \text{ hitung} = 0,00 < 1,96$ namun tidak harus dikeluarkan dari model, tetap digunakan.

4.3.2. Penilaian *Goodness of Fit*

Pada tahap ini penilaian kesesuaian ditujukan untuk mengevaluasi secara umum derajat kesesuaian atau *goodness of fit* (GOF) antara data dengan model. Menilai GOF suatu SEM secara menyeluruh (*overall*) tidak dapat dilakukan

secara langsung seperti pada teknik *multivariate* yang lain. Oleh karena itu dalam SEM mengembangkan beberapa ukuran GOF yang dapat digunakan secara bersama-sama atau kombinasi.

Tahapan kedua dalam mengevaluasi model pengukuran adalah menilai kebaikan penyesuaian. Untuk tujuan ini, LISREL 8.80 memberikan jumlah indeks kesesuaian. Namun, seperti yang dijelaskan oleh Byrne (1998), penelitian ini menggunakan indeks mayor berikut untuk mengevaluasi kesesuaian dari model. Hal ini mencakup tes χ^2 , tes χ^2 yang terstandar, dan *root mean square error of approximation*/kesalahan kuadrat mean akar dari penaksiran (RMSEA) yang dijelaskan di bawah ini.

4.3.2.1. Chi Kuadrat (χ^2) dan Tes Chi Kuadrat yang Terstandar

Tes ini mengukur kedekatan antara matrix Σ kovarian populasi (*population covariance matrix* Σ), dan matriks kovarian yang diterapkan oleh model $\Sigma(\theta)$. Chi kuadrat (χ^2) yang tidak signifikan mengindikasikan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara dua matrik. Sehingga, chi kuadrat yang tidak signifikan menunjukkan bahwa model tersebut sesuai dengan data atau model dapat mereproduksi matrik populasi (Kelloway, 1998). Dalam hal ini, tingkat kebebasan dapat digunakan sebagai standar untuk mengukur besar kecilnya nilai χ^2 . Penyesuaian χ^2 dengan tingkat kebebasannya diistilahkan dengan ukuran χ^2 yang dinormalkan. χ^2 yang

dinormalkan merupakan rasio χ^2 dibagi dengan derajat kebebasan. Model kesesuaian harus menunjukkan χ^2 yang dinormalkan yang lebih besar dari 1 tapi lebih kecil dari 2. Akan tetapi, rasio antara 2 dan 3 yang mengindikasikan kesesuaian yang masuk akal sedangkan rasio yang lebih kecil dari 1 menunjukkan kesesuaian yang berlebihan (Holmes-Smith, 2001).

Akan tetapi, tes χ^2 sangat sensitif terhadap perbedaan ukuran sampel. Seiring dengan meningkatnya ukuran sampel, tes χ^2 cenderung menjadi semakin signifikan. Pada satu sisi, ketika ukuran sampel kecil, tes pun menurun dan menjadi tidak signifikan. Dengan ukuran sampel berkisar antara 100 dan 200, penggunaan tes ini dapat sesuai namun signifikansi tes menjadi semakin kurang reliabel untuk ukuran sampel di luar kisaran tersebut (Hair dkk., 1998). Hal ini mengindikasikan bahwa tes χ^2 harus digunakan bersamaan atau dikombinasikan dengan alat pengukuran kesesuaian yang lain.

4.3.2.2. Perkiraan Error Kuadrat Mean Dasar (*Root Mean Square Error of Approximation/RMSEA*)

RMSEA didasarkan pada analisis residual dengan nilai yang lebih kecil yang menandakan kesesuaian yang lebih baik pada data. Pengukuran ini berupaya untuk

mengatasi kecenderungan tes χ^2 untuk menolak model apapun yang menggunakan sampel berukuran besar. Baru-baru ini, RMSEA telah dikenal sebagai salah satu kriteria informatif dalam pemodelan struktur kovarian (Byrne, 1998). RMSEA merupakan perbedaan per derajat kebebasan yang diukur dalam hal populasi, tidak hanya dalam sampel yang digunakan dalam perkiraan (Hair, dkk., 1998). Dengan demikian, RMSEA mengukur perbedaan *error* per derajat kebebasan yang membuatnya sensitif terhadap jumlah parameter yang diperkirakan dalam model tersebut.

Berdasarkan pada literatur yang ada, Byrne (1998) merangkum tingkat keberterimaan sebuah model berdasarkan ukuran ini sebagai berikut:

- nilai RMSEA yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan kesesuaian,
- nilai yang berkisar dari 0,05 hingga 0,08 menunjukkan *error* yang masuk akal dari perkiraan,
- nilai dari 0,08 dan 0,10 menunjukkan kesesuaian tingkat menengah,
- dan jika nilainya lebih besar dari 0,10 menunjukkan ketidaksesuaian.

4.3.2.3. Indeks Kesesuaian (*Goodness of Fit Index/GFI*) dan Indeks Kesesuaian yang diatur (*Adjusted Goodness of Fit Index/AGFI*)

GFI didasarkan pada rasio ukuran perbedaan yang dikuadratkan antara matriks yang diobservasi dan direproduksi terhadap varian yang diobservasi. Tidak seperti GFI, AGFI memperhitungkan jumlah derajat kebebasan, sehingga AGFI membahas isu-isu *parsimony* dengan membatasi pemasukan parameter-parameter tambahan. GFI dan AGFI merupakan indeks yang mutlak karena keduanya membandingkan model yang dihipotesiskan dengan tanpa model sama sekali (Byrne, 1998). Nilai GFI dan AGFI berkisar dari nol hingga satu dengan nilai melebihi 0,90 yang menandakan model kesesuaian (Joreskog dan Sorbom, 1996).

4.3.2.4. Indeks Kesesuaian Komparatif (*Comparative Fit Index/CFI*)

Berlawanan dengan GFI dan AGFI, CFI didasarkan pada perbandingan model yang dihipotesiskan terhadap beberapa standar yang biasanya merupakan model mandiri atau model kosong. CFI merupakan salah satu indeks *incremental* yang mengukur seberapa lebih

baik model yang disesuaikan dibandingkan dengan model mandiri atau model kosong. Namun, CFI memberikan suatu ukuran kovarian yang lengkap dalam data. Nilainya berkisar dari nol hingga satu. Model kesesuaian harus memiliki nilai CFI yang lebih besar dari 0,95 meskipun nilai yang lebih besar dari 0,90 mengindikasikan kesesuaian yang dapat diterima (Holmes-Smith, 2001).

Selain CFI, output LISREL juga menunjukkan indeks *incremental* lainnya seperti indeks kesesuaian yang dinormalkan (*normed fit index*/NFI) dan indeks kesesuaian yang tidak dinormalkan (*non-normed fit index*/NNFI). Meskipun demikian, Bentler (1990) menyatakan bahwa CFI harus menjadi indeks pilihan. Hal ini karena, tidak seperti CFI, NFI tidak mempertimbangkan ukuran sampel. Pada akhirnya, NFI mengarah pada kecenderungan untuk mengabaikan kesesuaian dalam sampel berukuran kecil. Di sisi lain, meskipun NNFI tidak memperhatikan kompleksitas model dalam membandingkan model yang terhipotesis dengan model mandiri, NNFI bukan merupakan ukuran yang dinormalkan. Hal ini mengakibatkan nilainya meningkat dalam rentang nol hingga satu dan sehingga membuat NNFI sulit untuk diinterpretasikan.

Tabel 4.9

Hasil *Goodness of Fit Index* Model Awal

Konstruk	INT	ATT	PU	PWS	PEOU
χ^2	0.00	11.61	1.76	23.34	15.56
P	1.00	0.0030	0.42	0.00	0.00042
RMSEA	0.00	0.16	0.00	0.24	0.18
df	0.00	2	2	2	2
Cmin/df	0.00	5.80	0.88	11.67	7.78
GFI	0.00	0.97	1.00	0.94	0.96
AGFI	0.00	0.86	0.98	0.70	0.82
CFI	0.00	0.98	1.00	0.97	0.97
Keterangan	Baik	Kurang Baik	Kurang Baik	Kurang Baik	Kurang Baik

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Konstruk dari tabel di atas masih harus dilakukan modifikasi agar dapat dihasilkan model yang lebih baik. Menurut Hair et al. (1998), bahwa model yang tidak memenuhi persyaratan dapat dimodifikasi dengan melihat jumlah residual yang dihasilkan oleh model tersebut.

4.3.3. Modifikasi Model

Langkah berikutnya adalah memodifikasi model-model yang tidak memenuhi syarat dengan cara mencermati *output* yang dihasilkan oleh model.

Program LISREL 8.80 menyediakan fasilitas modifikasi model dengan bantuan *modification indices* atau indeks modifikasi yang dikalkulasi oleh program untuk masing-masing hubungan antara variabel yang tidak diestimasi. Semakin besar indeks modifikasi memberikan gambaran mengecilnya nilai χ^2 apabila sebuah koefisien diestimasi. Namun demikian modifikasi hanya dapat dilakukan bila peneliti mempunyai justifikasi teoritis yang kuat, sebab SEM bukan ditujukan untuk menghasilkan teori, tetapi menguji model yang mempunyai pijakan teori yang benar (Joreskog and Sorbom, 1996).

Tabel 4.10

Perubahan *Goodness of Fit Indices* pada ATT

<i>Goodness of Fit Indices</i>	Model Awal	Tahapan Menghilangkan Indikator
		ATT2
χ^2	11.61	0.00
P	0.0030	1.00
RMSEA	0.16	0.00
df	2	0.00
Cmin/df	5.80	0.00
GFI	0.97	0.00
AGFI	0.86	0.00
CFI	0.98	0.00
Keterangan	Kurang baik	Baik

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Hasil perhitungan pada tabel diatas menggunakan LISREL dengan melihat *modification indices* (MI). Dari petunjuk *modification indices* (MI) disarankan untuk menghilangkan indikator ATT2 sehingga dapat menghasilkan *goodness of fit* yang jauh lebih baik.

Tabel 4.11

Perubahan *Goodness of Fit Indices* pada PU

<i>Goodness of Fit Indices</i>	Model Awal	Tahapan Menghilangkan Indikator
		PU1
χ^2	1.76	0.00
P	0.42	1.00
RMSEA	0.00	0.00
df	2	0.00
Cmin/df	0.88	0.00
GFI	1.00	0.00
AGFI	0.98	0.00
CFI	1.00	0.00
Keterangan	Kurang baik	Baik

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Hasil perhitungan pada tabel diatas menggunakan LISREL dengan melihat *modification indices* (MI). Dari petunjuk *modification indices* (MI) disarankan untuk menghilangkan indikator PU1 sehingga dapat menghasilkan *goodness of fit* yang jauh lebih baik.

Tabel 4.12

Perubahan *Goodness of Fit Indices* pada PWS

<i>Goodness of Fit Indices</i>	Model Awal	Tahapan Menghilangkan Indikator
		PWS3
χ^2	23.34	0.00
P	0.00	1.00
RMSEA	0.24	0.00
df	2	0.00
Cmin/df	11.67	0.00
GFI	0.94	0.00
AGFI	0.70	0.00
CFI	0.97	0.00
Keterangan	Kurang baik	Baik

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Hasil perhitungan pada tabel diatas menggunakan LISREL dengan melihat *modification indices* (MI). Dari petunjuk *modification indices* (MI) disarankan untuk menghilangkan indikator PWS3 sehingga dapat menghasilkan *goodness of fit* yang jauh lebih baik.

Tabel 4.13

Perubahan *Goodness of Fit Indices* pada PEOU

<i>Goodness of Fit Indices</i>	Model Awal	Tahapan Menghilangkan Indikator
		PEOU2
χ^2	15.56	0.00
P	0.00042	1.00
RMSEA	0.18	0.00
df	2	0.00
Cmin/df	7.78	0.00
GFI	0.96	0.00
AGFI	0.82	0.00
CFI	0.97	0.00
Keterangan	Kurang baik	Baik

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Hasil perhitungan pada tabel diatas menggunakan LISREL dengan melihat *modification indices* (MI). Dari petunjuk *modification indices* (MI) disarankan untuk menghilangkan indikator PEOU2 sehingga dapat menghasilkan *goodness of fit* yang jauh lebih baik.

4.3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Validitas adalah tingkat keabsahan yang dicapai oleh suatu indikator dalam menilai suatu konstruk atau secara sederhana dapat diartikan sebagai tingkat keabsahan pengukuran atas apa yang seharusnya diukur (Anderson and

Gerbing, 1988). Peneliti dianjurkan untuk melakukan uji validitas atau unidimensionalitas terhadap semua indikator konstruk yang masuk dalam model penelitian sebelum menilai reliabilitasnya.

Peneliti menguji validitas setiap *observed variable* atau indikator dengan pendekatan *convergent validity*. Validitas konvergen dapat dilihat dari *measurement model* dengan menentukan apakah setiap indikator yang diestimasi secara valid mengukur dimensi dari konsep yang diujinya. Sebuah indikator menunjukkan validitas konvergen yang signifikan apabila koefisien variabel indikator itu lebih besar dari dua kali *standard error*-nya (Anderson and Gerbing, 1988) atau memiliki *critical ratio* yang lebih besar dari dua kali *standard error*-nya (Ferdinand, 2002).

Reliabilitas digunakan untuk memperlihatkan kepercayaan dari hasil pengukuran atas suatu alat ukur. Reliabilitas ini ditunjukkan oleh konsistensi skor yang diperoleh subjek dengan memakai alat ukur yang sama. Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat kemampuan masing-masing indikator mengindikasikan sebuah *composite* yang umum atau secara sederhana dapat dikatakan sebagai tingkat konsistensi dan stabilitas dari sebuah alat ukur (Ferdinand, 2002). Dalam SEM ada beberapa uji statistik untuk menguji reliabilitas konstruk yaitu *composite reliability* dan *variance extracted*.

Dalam pemodelan persamaan struktural, terdapat beberapa statistik pengujian yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas konstruk. Hal ini

meliputi korelasi ganda kuadrat (*squared multiple correlations*) (R^2) dari masing-masing indikator, reliabilitas gabungan, dan varian yang terekstrak. Output LISREL memberikan R^2 dari masing-masing indikator. Holmes-Smith (2001) menunjukkan bahwa sebagai suatu aturan umum, konstruk akan menjadi reliabel ketika R^2 dari indikator-indikatornya melebihi 0,50; reliabilitas gabungannya lebih besar dari 0,70; dan varian terekstraknya lebih besar dari 0,50. Reliabilitas gabungan dan varian terekstraknya dapat dihitung dengan menggunakan rumus dari Fornell dan Larcker (1981) berikut ini:

$$\text{reliabilitas gabungan (composite reliability)} = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \varepsilon_i}$$

$$\text{varian terekstrak (variance extracted)} = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \varepsilon_i}$$

dimana λ_i = muatan terstandar (*standard loading*) dari masing-masing indikator (variabel yang terobservasi) dan ε_i = varian kesalahan yang berhubungan dengan masing-masing indikator ($1 - \text{reliabilitas indikator}$)

Berdasarkan rumus diatas, reliabilitas dari konstruk yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas dari Pengukuran Model Akhir

Indikator	λ_i	ε_i	Keterangan	Composite Reliability	Variance Extracted	Keterangan
Intention to Use				0.99243	0.97808	Reliabel
INT1	0.76	0.48	Valid			
INT2	1.03	0.42	Valid			
INT3	0.77	0.21	Valid			
Attitude				0.9845	0.95567	Reliabel
ATT1	0.84	0.28	Valid			
ATT3	0.98	0.39	Valid			
ATT4	0.7	0.43	Valid			
Perceived Usefulness				0.99174	0.97584	Reliabel
PU2	0.98	0.13	Valid			
PU3	1.17	0.19	Valid			
PU4	0.95	0.65	Valid			
Perceived Web Security				0.98088	0.94478	Reliabel
PWS1	0.89	0.49	Valid			
PWS2	0.87	0.32	Valid			

PWS4	0.92	0.2	Valid			
<i>Perceived Ease of Use</i>				0.98097	0.94551	Reliabel
PEOU1	1.04	0.19	Valid			
PEOU3	1.0	0.42	Valid			
PEOU4	1.25	0.23	Valid			

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa reliabilitas gabungan dari empat konstruk yang digunakan dalam penelitian ini berkisar dari 0,98097 (konstruk *Perceived Ease of Use*(PEOU)) hingga 0,99243 (*Intention to Use* (INT)). Nilai-nilai tersebut berada di atas nilai minimum yang dapat diterima yaitu sebesar 0.70. Dalam bentuk *variance extracted*, tidak ada konstruk yang berada di bawah batas yang dapat diterima yaitu 0,50.

Berkaitan dengan reliabilitas konstruk, Anderson dan Gerbing (1988) menyatakan bahwa pemodelan persamaan struktural juga dapat digunakan untuk menilai validitas konstruk dengan memperkirakan validitas konvergen dan diskriminan dari konstruk. Validitas konvergen dapat dicapai ketika hubungan struktural diantara variabel yang diobservasi dan konstruk laten secara signifikan berbeda tidak sama dengan angka nol. Dalam kasus ini, nilai *t* dari estimasi parameter dapat digunakan untuk menilai signifikansi statistisnya. Parameter yang memiliki nilai *t* yang lebih besar dari 1,96 dapat dianggap signifikan, berdasarkan level dari satu $\alpha = 0.05$. Di sisi lain, validitas diskriminan mengukur tingkat perbedaan konstruk dalam satu model. Terdapat korelasi besar antara kedua konstruk yang menunjukkan kurangnya validitas diskriminan.

Berdasarkan pendekatan Fornell dan Larcker (1981) untuk menilai validitas diskriminan, Holmes-Smith (2001) menunjukkan bahwa varian rata-rata dari kedua konstruk harus melebihi kuadrat korelasinya untuk keperluan tes ini.

Berdasarkan tabel tersebut di atas, dapat diketahui bahwa probabilitas statistik $\geq 0,30$, sehingga seluruh pernyataan dalam kuesioner pada item-item pernyataan pada *Intention to Use* (INT), *Attitude* (ATT), *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Web Security* (PWS), dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) adalah valid. Kemudian dapat diketahui bahwa koefisien *composite reliability* $> 0,60$, sehingga variabel pada *Intention to Use* (INT), *Attitude* (ATT), *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Web Security* (PWS), dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) adalah reliabel.

4.4. Analisis Model Persamaan Struktural

Holmes-Smith dan Rowe (1994) merekomendasikan tiga langkah untuk melakukan model pengukuran kongenerik (kesamaan jenis). Langkah pertama adalah mengurangi jumlah variabel yang terobservasi dengan melakukan penggabungan variabel. Langkah ini dikalkulasikan dengan rumus berikut ini:

$$\xi = \sum \omega_i x_i$$

dimana, ξ_j = nilai gabungan yang diperkirakan; ω_i = regresi nilai faktor; x_i = variabel terobservasi

Langkah kedua adalah menghitung reliabilitas skala gabungan. Dalam hal ini, reliabilitas skala gabungan dapat dimaksimalkan jika vektor bobot

merupakan regresi nilai vektor. Langkah ini dikalkulasikan dengan rumus sebagai berikut:

$$r_m = \frac{(\sum \omega_i \lambda_i)^2}{(\sum \omega_i \lambda_i)^2 + \sum \theta_i \omega_i^2}$$

dimana, r_m = reliabilitas skala gabungan yang termaksimalisasi; λ_i = muatan faktor; ω_i = regresi nilai faktor; θ_i = varian *error*

Langkah terakhir adalah mengembangkan model persamaan struktural untuk menguji hubungan di antara konstruk-konstruk tersebut. Holmes-Smith dan Rowe (1994) menegaskan bahwa jika matriks yang akan dianalisis merupakan matriks korelasi di antara variabel gabungan, maka varian variabel gabungan akan setara dengan satu dan parameter λ dan θ akan disederhanakan menjadi:

$$\lambda = \sqrt{r_m} \text{ dan } \theta = 1 - r_m$$

Kedua paramater ini (λ dan θ) dapat digunakan sebagai parameter terikat dalam bagian pengukuran dari model persamaan struktural.

4.4.1 Pengembangan Skala Gabungan (*Composite Scales*)

Dengan mempertimbangkan bahwa reliabilitas item dan validitas konstruk dari penelitian sangat baik, menjadi dapat diterima untuk

melakukan pengukuran kongenerik kesesuaian sebagaimana yang direkomendasikan oleh Holmes-Smith dan Rowe (1994). Pertama-tama, peneliti mengembangkan file data baru dari nilai gabungan keempat konstruk yang digunakan dalam penelitian ini. Cara untuk mengkalkulasikan nilai gabungan dapat dijelaskan sebagai berikut. Misalnya, regresi nilai faktor (*Factor Scores Regressions*) *Intention to Use*(INT), berdasarkan output LISREL, adalah 0.48, 0.42, dan 0.21; dan regresi nilai faktor (*Factor Scores Regressions*) *Attitude* (ATT) adalah 0.00, 0.09, 0.75, dan 0.14. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, peneliti menghitung nilai gabungan kedua konstruk tersebut sebagai berikut:

Nilai gabungan *Intention to Use* (INT)

$$= INT1*FS_1 + INT2*FS_2 + INT3*FS_3$$

$$= INT1*0.48+ INT2*0.42+ INT3*0.21$$

Nilai gabungan *Attitude*(ATT)

$$= ATT1*FS_1 + ATT2*FS_2 + ATT3*FS_3 + ATT4*FS_4$$

$$= ATT1*0.00+ ATT2*0.09+ ATT3*0.75 + ATT4*0.14$$

Prosedur serupa dilakukan pada konstruk yang tersisa untuk mengukur nilai gabungannya. Melalui langkah ini, variabel terobservasi penelitian ini diturunkan dari dua puluh lima menjadi empat variabel terobservasi gabungan. Hal ini membuat peneliti dapat mengembangkan

matrik kovarian asimtotik karena ukuran sampel minimum yang diperlukan adalah 6, yaitu $4(4-1):2$.

Selain itu, berdasarkan pada koefisien muatan faktor, varian *error*, dan regresi faktor yang ada, peneliti menghitung koefisien reliabilitas skala gabungan yang dimaksimalisasi, muatan faktor (λ), dan varian *error* (θ). Koefisien muatan faktor dan varian *error* pada akhirnya digunakan sebagai estimasi parameter terikat dalam bagian pengukuran model persamaan struktural.

Tabel 4.15

Parameter Estimates dan Factor Score Regressions dari Variabel Terobservasi dan Maximized Reliabilities dan Parameter Estimates dari Variabel Gabungan

Nama Variabel	Variabel Terobservasi			Skala Gabungan		
	<i>Factor Loadings</i> (λ_i)	<i>Error Variance</i> (θ_i)	<i>Factor Score Regressions</i>	<i>Maximize Reliability</i> (r_m)	<i>Factor Loading</i> (r_m)	<i>Error Variances</i> ($\theta=1-r_m$)
<i>Intention to Use</i>				0.992	0.996	0.007
INT1	0.76	0.48	0.23			
INT2	1.03	0.42	0.17			
INT3	0.77	0.21	0.04			
<i>Attitude</i>				0.984	0.992	0.015
ATT1	0.84	0.28	0.07			

ATT3	0.98	0.39	0.15			
ATT4	0.7	0.43	0.18			
Perceived Usefulness				0.989	0.994	0.010
PU2	0.98	0.13	0.01			
PU3	1.17	0.19	0.03			
PU4	0.95	0.65	0.42			
Perceived Web Security				0.980	0.990	0.019
PWS1	0.89	0.49	0.24			
PWS2	0.87	0.32	0.10			
PWS4	0.92	0.2	0.04			
Perceived Ease of Use				0.980	0.990	0.19
PEOU1	1.04	0.19	0.03			
PEOU3	1.0	0.42	0.17			
PEOU4	1.25	0.23	0.05			

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

4.4.2. Penilaian Kesesuaian Model Persamaan Struktural

Ketika variabel-variabel terobservasi gabungan dan estimasi paramater telah dihitung, maka akan memungkinkan untuk menggunakan model persamaan struktural untuk menganalisis hubungan sebab akibat dari konstruk gabungan. Penelitian ini menggunakan sampel tunggal, diperlukan *expected cross validation index* / indeks validasi silang yang diharapkan (ECVI) sebagai kriteria tambahan bagi kesesuaian. ECVI secara spesifik mengukur tingkatan dimana matrik kovarian dalam

sampel yang dianalisis memenuhi matrik kovarian yang diharapkan yang dihasilkan dari ukuran sampel yang serupa. Pengujian ini tidak memberikan kisaran nilai yang terikat sebagai suatu tingkat yang dapat diterima, karena koefisien ECVI dapat mengukur nilai berapapun. Meskipun demikian, model yang memiliki ECVI memiliki nilai lebih rendah dari nilai ECVI untuk model tersaturasi menunjukkan potensial terbesar replikasi (Byrne, 1998).

Pelaksanaan pertama model yang dihipotesiskan menunjukkan adanya representasi akurat data yang masuk akal. Nilai-nilai statistis berada dalam kisaran level yang dapat diterima. Misalnya, nilai χ^2 adalah 9.26. Meskipun demikian, nilai χ^2 yang dinormalkan sebesar 9.26 menandakan bahwa nilai χ^2 kecil ketika dikaitkan dengan derajat kebebasannya. Nilai GFI, AGFI, dan CFI adalah 0.98, 0.78, dan 1.00 di atas level yang dapat diterima. Sementara koefisien EVCI adalah 0.095, lebih rendah dari koefisien ECVI untuk model tersaturasi yaitu 0.10. Hal ini mengindikasikan bahwa model yang dihipotesiskan memiliki potensi replikasi. Selain hasil statistik di atas, terdapat hasil dari model struktural awal. Tabel berikut ini menunjukkan validitas dan level signifikansi dari masing-masing arahan yang dihipotesiskan.

Tabel 4.16

Validitas dan Tingkat Signifikan Hubungan Kausal untuk *Initial Model*

Hubungan antara Dua Konstruk	<i>Factor Loading</i> (λ)		<i>t-value</i>	Level Signifikan
	Beta (β)	Gamma (γ)		
ATT→INT	0.06	--	0.41	0.05
PU→INT	0.17	--	1.36	0.05
PU→ATT	0.25	--	2.86	0.05
PEOU→ATT	--	0.19	2.70	0.05
PEOU→PU	--	0.35	4.29	0.05
PWS → INT	--	-0.01	-0.04	0.05
PWS → ATT	--	0.06	0.72	0.05

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Hasil dari model struktural awal ini menunjukkan bahwa dari lima arahan yang dihipotesiskan, terdapat satu arahan lain ATT → INT, PU → INT, PWS → INT, dan PWS → ATT bersifat tidak signifikan, sehingga arahan yang dinilai signifikan adalah PU → ATT, PEOU → ATT, dan PEOU → PU.

Tabel 4.17

Perubahan *Goodness of Fit Indices* pada Model Struktural

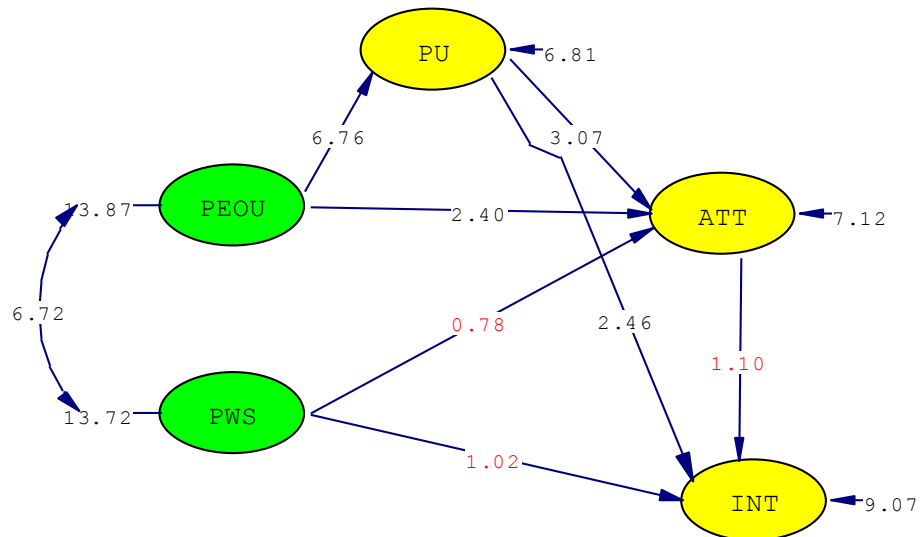
<i>Goodness of Fit Indices</i>	Model Awal	Tahapan Penggabungan Konstruk (<i>Composite</i>)
χ^2	750.62	28.44
P	0.00	0.00
RMSEA	0.15	0.20
df	111	2
Cmin/df	6.76	14.22
GFI	0.74	0.95
AGFI	0.64	0.59
CFI	0.89	0.95
Keterangan	Kurang baik	Kurang baik

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Pada model struktural nilai χ^2 dari model ini adalah 28.44 dengan nilai χ^2 normal sebesar 28.44. Nilai RMSEA adalah 0.020. Nilai dari GFI adalah 0.95, AGFI adalah 0.59, sedangkan nilai CFI 0.95. Pada akhirnya diperoleh nilai ECVI sebesar 0.22. Nilai statistik ini mengindikasikan bahwa model ini merupakan model yang memiliki kesesuaian yang kurang baik. Berikut adalah gambar dari hasil model struktural.

Gambar 4.1

Model Struktural



Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Tabel 4.18

Goodness of Fit Indices pada Model Utama Modifikasi 1

<i>Goodness of Fit Indices</i>	Model 1
χ^2	15.34
P	0.00
RMSEA	0.21
df	1
Cmin/df	15.34
GFI	0.97
AGFI	0.57

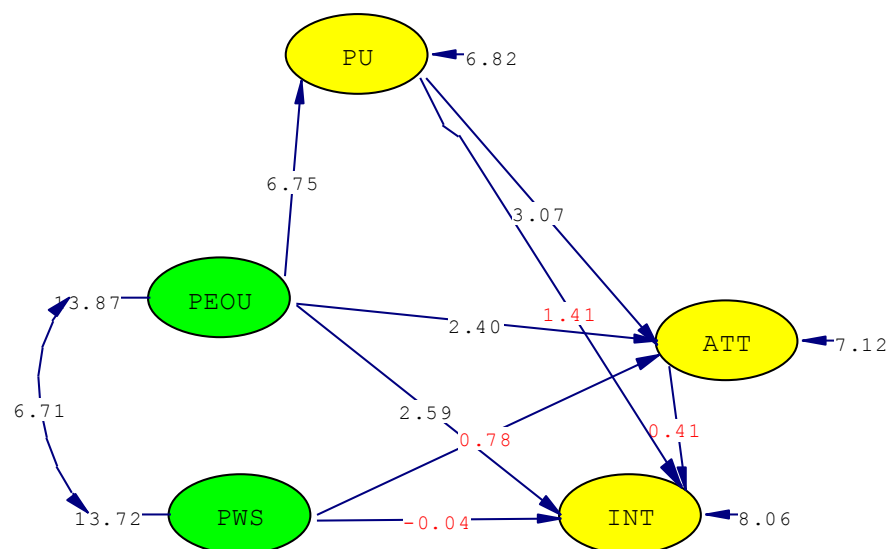
CFI	0.97
Keterangan	Kurang baik

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Pada model struktural nilai χ^2 dari model ini adalah 15.34 dengan nilai χ^2 normal sebesar 15.34. Nilai RMSEA adalah 0.021. Nilai dari GFI adalah 0.97, AGFI adalah 0.57, sedangkan nilai CFI 0.97. Pada akhirnya diperoleh nilai ECVI sebesar 0.19. Nilai statistik ini mengindikasikan bahwa model ini merupakan model yang memiliki kesesuaian yang kurang baik. Dan dilakukan penambahan jalur dari PEOU ke INT. Berikut adalah gambar dari hasil model struktural.

Gambar 4.2

Model Utama Modifikasi 1



Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Tabel 4.19

***Goodness of Fit Indices* pada Model Utama Modifikasi 2**

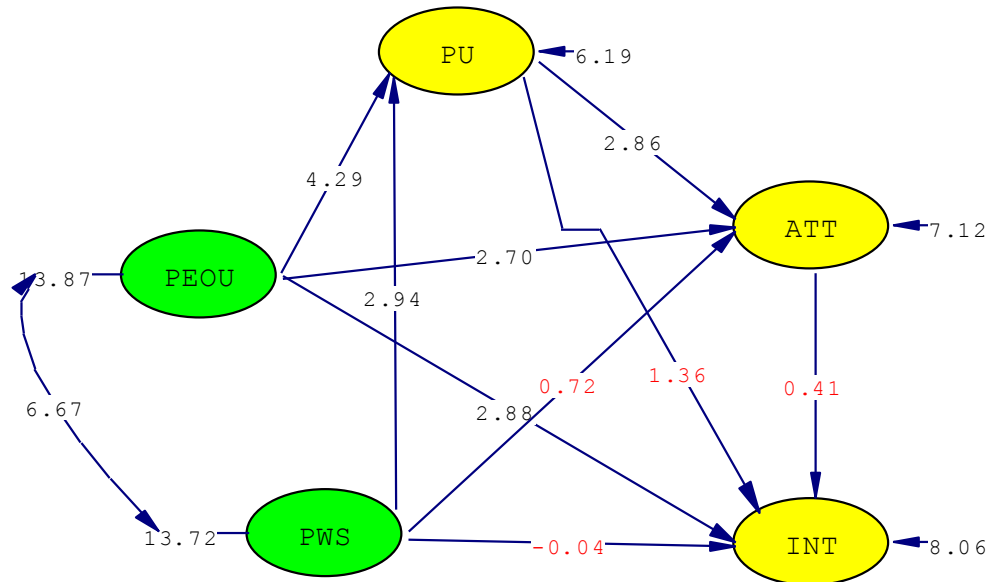
<i>Goodness of Fit Indices</i>	Model 2
χ^2	0.00
P	1.00
RMSEA	0.00
df	0.00
Cmin/df	0.00
GFI	0.00
AGFI	0.00
CFI	0.00
Keterangan	Baik

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

Pada model struktural nilai χ^2 dari model ini adalah 0.00 dengan nilai χ^2 normal sebesar 00.00. Nilai RMSEA adalah 0.00. Nilai dari GFI adalah 0.00, AGFI adalah 0.00, sedangkan nilai CFI 0.00. Nilai statistik ini mengindikasikan bahwa model ini merupakan model yang memiliki kesesuaian yang baik. Dan dilakukan penambahan jalur dari PWS ke PU. Berikut adalah gambar dari hasil model struktural.

Gambar 4.3

Model Utama Modifikasi 2



Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

4.5. Pengujian Hipotesis

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh antara Sikap terhadap minat menggunakan, pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap minat menggunakan, pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap sikap, pengaruh kemudahan penggunaan yang dirasakan sikap, kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap manfaat yang dirasakan, pengaruh, keamanan web yang dirasakan terhadap minat menggunakan dan pengaruh keamanan web yang dirasakan terhadap sikap. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program statistik komputer LISREL 8.80 dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 4.20

Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Efek Hipotesis	nilai / level α	Keterangan
H1: Sikap memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan.	Positif (+)	0.41/0.05	Tidak Signifikan
H2: Manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.	Positif (+)	1.36/0.05	Tidak Signifikan
H3: Manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.	Positif (+)	2.86/0.05	Signifikan
H4: Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.	Positif (+)	2.70/0.05	Signifikan
H5: Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap manfaat yang dirasakan.	Positif (+)	4.29/0.05	Signifikan

H6: Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.	Negatif (-)	-0.04/0.05	Tidak Signifikan
H7: Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap sikap.	Positif (+)	0.72/0.05	Tidak Signifikan
Temuan Baru 1: Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap minat menggunakan.	Positif (+)	2.88/0.05	Signifikan
Temuan Baru 2: Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap manfaat yang dirasakan.	Positif (+)	2.94/0.05	Signifikan

Sumber : Hasil Olah Data Structural Equation Modeling (SEM), 2013

4.6. Pembahasan

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan pada sikap terhadap minat menggunakan. Hal ini berarti tinggi rendahnya sikap yang terbentuk tidak akan mempengaruhi niat seseorang untuk

mengadopsi *online banking*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Kriestian dan Tanggulangan (2010) yang menemukan bahwa sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan internet. Hal ini kemungkinan disebabkan karena motivasi individu berperilaku adalah karena ingin memperoleh manfaat. Manfaat yang diperoleh dari penggunaan *online banking* adalah peningkatan kinerja dan proses transaksi yang lebih cepat. Meskipun demikian, sikap positif terhadap penggunaan *online banking* belum tentu meningkatkan niat penggunaan *online banking* tersebut. Masalah infrastruktur dapat menjadi faktor penghambat misal keterbatasan fasilitas komputer, koneksi dan atau server yang sering *down*.

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif pada manfaat yang dirasakan terhadap minat menggunakan *online banking*. Hal ini kemungkinan disebabkan karena sebagian besar responden masih berusia kurang dari 18 tahun, sehingga manfaat yang dirasakan dalam transaksi perbankan melalui *online banking* masih terasa kecil, mengingat pada usia tersebut penggunaan *online banking* hanya sebatas untuk mencari pengalaman, informasi, sehingga baru sebatas dalam penggunaan cek saldo, belum untuk transaksi bisnis dalam jumlah yang besar, yang mampu memberikan manfaat nyata bagi pengguna *online banking*.

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada manfaat yang dirasakan terhadap sikap dalam penggunaan *online banking*. Hal ini berarti tinggi manfaat yang dirasakan user dalam transaksi *online banking* maka sikap pada layanan *online banking* tersebut juga akan semakin meningkat. Manfaat yang dirasakan dari sebuah sistem memiliki pengertian yang luas yaitu kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi baru akan

memperkuat atau meningkatkan kinerjanya. Seseorang dapat menilai konsekuensi dari tindakan mereka dalam hal merasakan manfaat dan mendasarkan pilihan mereka akan perilaku yang diinginkan pada manfaat yang dirasakan. Oleh karena itu, manfaat yang dirasakan dapat mempengaruhi sikap mereka dalam mengadopsi *online banking*. Hasil penelitian Wang dan Liu (2009) menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap baik kognitif maupun afektif.

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap sikap dalam penggunaan *online banking*. Hal ini berarti tinggi kemudahan yang dirasakan user dalam transaksi *online banking* maka sikap pada layanan *online banking* tersebut juga akan semakin meningkat. Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Menurut Davis (1989) juga memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan terhadap suatu sistem informasi (termasuk sistem *online banking*) yang meliputi mudah untuk dipelajari dan dioperasikan, mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, dan menambah keterampilan para user. Dengan demikian, bila jasa pelayanan *online banking* dipersepsikan mudah digunakan oleh para konsumen, jasa tersebut dipersepsikan bermanfaat, selanjutnya, persepsi tersebut akan menciptakan sikap yang positif.

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap manfaat yang dirasakan dalam mengadopsi *online banking*. Hal ini berarti tinggi kemudahan yang dirasakan user dalam transaksi *online banking* maka manfaat yang dirasakan akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Wang dan Liu (2009)

menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif dengan persepsi manfaat, pada e-ticketing kereta api di Taiwan. Dalam penelitiannya, Davis (1989) menunjukkan bahwa pada saat individu ingin menggunakan sebuah sistem informasi yang baru, selain memperhitungkan manfaat apa yang akan didapatkan, individu juga mencari tahu seberapa besar usaha yang dibutuhkan untuk menggunakan sistem tersebut. Tingkat keyakinan individu bahwa sistem yang akan digunakan bebas dari usaha dan itulah yang dinamakan persepsi kemudahan dalam penggunaan. Dasar logika hubungan antara persepsi kemudahan dalam penggunaan dengan manfaat persepsian adalah sebagai berikut, ketika seorang individu merasa sistem yang akan digunakan lebih mudah maka individu akan merasa sistem tersebut semakin bermanfaat untuk meningkatkan kinerjanya.

Hasil analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif pada keamanan web yang dirasakan terhadap minat menggunakan *online banking* dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *online banking*. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Cheng et al. (2006) yang menyimpulkan bahwa keamanan web secara langsung mempengaruhi sikap dan niat perilaku. Kegiatan dalam *e-commerce* disamping memberikan keuntungan dalam bertransaksi secara *online*, disisi lain mengandung beberapa resiko diantaranya adalah gangguan *website* yang diakibatkan oleh para *hacker*. *Hacker* adalah orang yang berusaha merusak data sistem. *Hacker* memungkinkan untuk masuk, mengacak-acak dan sekaligus menjarah apa yang dirasakan menguntungkan mereka. Aktivitas para *hacker* ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pencuri yang mengacak-acak dan mengambil barang milik kita. Selama ini sistem keamanan dalam *online banking* masih diragukan, dan terbukti dari beberapa kasus misalnya pembobolan

uang nasabah yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir, yang melibatkan orang dalam atau pegawai bank. Dalam hal ini sangat penting diperlukan sistem keamanan yang mampu melindungi *website* dari gangguan para *hacker*. Masalah keamanan menjadi masalah yang cukup menentukan bagi para manajemen bank, karena dapat merusak sikap dan minat berperilaku.

Hasil dari analisis *structural equation model* (SEM) didapatkan 2 temuan baru yang menunjukkan terdapat pengaruh langsung yang signifikan terhadap kemudahan penggunaan *online banking* yang pada akhirnya membuat seorang pengguna berminat untuk menggunakan *online banking*. Di karenakan seorang pengguna merasa dengan menggunakan *online banking* dapat mempermudah pekerjaan mereka sehingga mereka lebih memilih untuk menggunakan *online banking* dari pada langsung mengunjungi bank dimana seseorang tersebut menabung dan harus melakukan transaksi. Keamanan web yang dirasakan memiliki pengaruh positif langsung terhadap manfaat yang dirasakan dari menggunakan *online banking* juga merupakan temuan baru dalam hasil dari analisis *structural equation model* (SEM) yang dimana memiliki pengaruh langsung secara signifikan. Keamanan web merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang berminat untuk menggunakan *online banking*. keamanan web yang terjaga dengan baik itu akan menghasilkan kelancaran dalam melakukan proses transaksi perbankan, dan menimbulkan kepercayaan, kenyamanan, dan manfaat tentunya bagi seorang pengguna *online banking*, karena semua informasi pribadi yang berkaitan dengan pengguna dapat terjaga secara aman, sehingga seorang pengguna tidak perlu merasa khawatir informasi pribadi mereka tidak terjaga secara baik.

4.7. Pembahasan dan Strategi

Berdasarkan temuan, survei, dan analisis, dapat diperoleh beberapa kesimpulan tentang pengaruh langsung persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) dalam meningkatkan sikap konsumen (ATT) serta minat menggunakan *online banking* (INT) dan pengaruh tidak langsung persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap sikap (ATT) dan minat menggunakan (INT) melalui persepsi manfaat yang dirasakan (PU).

Variabel persepsi manfaat (PU) dapat mempengaruhi secara positif sikap (ATT) namun tidak berpengaruh langsung terhadap minat menggunakan *online banking* (INT). Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan user baru dapat meningkatkan sikap mereka bahwa menggunakan *online banking* merupakan ide yang bagus, menyenangkan bagi penggunaannya dan dapat mempercepat transaksi, tetapi belum mampu meningkatkan dalam penggunaan *online banking*.

Variabel keamanan web dari hasil penelitian ini belum mampu meningkatkan sikap (ATT) maupun minat dalam menggunakan *online banking* (INT). Hasil ini memberikan implikasi bahwa keamanan dalam sistem *online banking* belum mampu memberikan jaminan keamanan terhadap informasi keuangan maupun informasi pribadi yang dapat diketahui oleh pihak ketiga, sehingga hal tersebut dapat menghambat dalam kesuksesan sistem informasi perbankan terutama dalam transaksi *online banking*. Namun dengan ditemukannya 2 temuan baru dalam penelitian ini yaitu kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU) dapat membuat minat seseorang untuk menggunakan (INT) *online banking*. Minat seseorang untuk menggunakan juga dipengaruhi dari adanya keamanan web yang dirasakan (PWS) sehingga seorang pengguna merasakan dengan menggunakan *online banking* ini memberikan manfaat bagi pengguna.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran ini merupakan hasil dari penelitian mengenai pengaruh antara sikap terhadap minat menggunakan, pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap minat menggunakan, pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap sikap, pengaruh kemudahan penggunaan yang dirasakan sikap, kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap manfaat yang dirasakan, pengaruh, keamanan web yang dirasakan terhadap minat menggunakan dan pengaruh keamanan web yang dirasakan terhadap sikap. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran akan diuraikan sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis *structural equation model* (SEM) hasil uji *goodness of fit* dengan menggunakan indikator statistik χ^2 , RMSEA, GFI, AGFI, CMIN/DF, TLI, dan PGFI, menunjukkan bahwa model memiliki *goodness of fit* yang sempurna, dalam arti model cocok dengan data yang diperoleh.
2. Tidak terdapat pengaruh signifikan antara sikap (ATT) terhadap minat menggunakan *online banking* (INT). Berdasarkan analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa *t-value* = 0,41
3. Tidak terdapat pengaruh signifikan antara manfaat yang dirasakan (PU) terhadap minat menggunakan *online banking* (INT). Berdasarkan analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa *t-value* = 1,36.

4. Terdapat pengaruh signifikan antara manfaat yang dirasakan (PU) terhadap sikap (ATT). Berdasarkan analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa $t\text{-value} = 2,86$.
5. Terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU) terhadap sikap (ATT). Berdasarkan analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa $t\text{-value} = 2,70$.
6. Tidak terdapat pengaruh signifikan antara keamanan web yang dirasakan (PWS) terhadap minat menggunakan *online banking* (INT). berdasarkan analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa $t\text{-value} = -0,04$.
7. Tidak terdapat pengaruh signifikan antara keamanan web yang dirasakan (PWS) terhadap sikap (ATT). Berdasarkan analisis *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa $t\text{-value} = 0,72$.
8. Terdapat pengaruh signifikan antara manfaat yang dirasakan (PEOU) terhadap minat menggunakan (INT). Berdasarkan analisis *structural equation modeling* (SEM) menghasilkan 2 temuan baru yang pertama menunjukkan bahwa $t\text{-value} = 2,88$.
9. Terdapat pengaruh signifikan antara manfaat yang dirasakan (PWS) terhadap manfaat yang dirasakan (PU). Berdasarkan analisis *structural equation modeling* (SEM) menghasilkan 2 temuan baru yang kedua menunjukkan bahwa $t\text{-value} = 2,94$.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka saran yang direkomendasikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengelola *online banking*, dalam membangun kepercayaan yang paling diperhatikan adalah membangun kualitas sistem yang handal yang mampu memberikan privasi dan keamanan bagi user, namun sistem yang ada tidak rumit, sehingga mudah bagi siapa saja yang akan menggunakan sistem tersebut. Kemudahan penggunaan dalam konteks ini bukan saja kemudahan untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem tetapi juga mengacu pada kemudahan dalam melakukan suatu pekerjaan atau tugas dimana pemakaian suatu sistem akan semakin memudahkan seseorang dalam bertransaksi secara online dibanding mengerjakan transaksi manual. Sedangkan sistem yang aman dan privasi, adalah sistem yang mampu menyimpan data pengguna yang terjaga kerahasiaannya dengan cara data disimpan oleh sistem informasi sehingga pihak lain tidak dapat mengakses data pengguna secara bebas. Dengan sistem yang dirasakan lebih bermanfaat ini dibandingkan metode manual, diharapkan sikap dan pengendalian diri user semakin besar sehingga dapat memperkuat keinginan untuk menggunakan kembali sistem tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan beberapa variabel yang diduga mempengaruhi sikap dan minat penggunaan *online banking*, misalnya jaminan, pengalaman, kualitas produk, pelayanan dan lain sebagainya.

3. DAFTAR PUSTAKA

4.

5. Adams, D.A., Nelson, R.R., Todd, P.A. (1992), Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: a replication, *MIS Quarterly* 16 227–247.
6. Anderson, J. C., & Gerbing, B. W. (1988), Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103, pp: 411-423.
7. Augusty, Ferdinand. (2000), Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.
8. Augusty, Ferdinand. (2002), Marketing Strategy Making: Proses dan Agenda Penelitian. *Jurnal Sain Pemasaran Indonesia*, 1 (1), pp: 1- 22.
9. Bentler, P. M. (1990), Comparative fit indices in structural models. *Psychological Bulletin*, 107, pp: 238-246.
10. Byrne, B. M. (1998), *Structural equation modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
11. Cheng TCE, Lam DYC, Yeung ACL. (2006). Adoption of Internet Banking: An Empirical Study in Hong Kong. *Decis Support System*, 42. (3). 1558–72.
12. Chen, Y.H. & Barnes, S. (2007), Initial trust and online buyer behavior. *Industrial Management & Data System*, 21-36.
13. Davis, F.D. (1989), Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly* 13 319–336.
14. Davis, F.D., Bagozzi, R.P., Warshaw, P.R. (1989), User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models, *Management Science* 35 982–1003.
15. De Lone. (1981), Small size and Characteristic computer use. *Management Information System Quarterly*, 5, p.p. 65-77
16. Donna LH, Thomas PN, Marcos P. (1999), Building consumer trust online. *Association for Computing Machinery. Commun ACM* 42 (4) 80–8.
17. Engel, James F, Blackwell Roger D, Miniard, Paul W. (1994), *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa F.X. Budiyanto, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.
18. Fathia, Arlini. (2012), Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Kartu Kredit. *Skripsi*. Malang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
19. Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981), Evaluating structural equation models with unobserved variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), pp 39-50.
20. Gardner, Christina, Amoroso, Donald L. (2004), Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by Consumers. *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*.
21. Gefen, D., Karahanna, E., Straub, D.W. (2003), Trust and TAM in online

- shopping: an integrated model, *MIS Quarterly* 27 51–90.
22. Gefen, D., Karahanna, E., Straub, D. (2003), Inexperience and experience with online stores: the importance of TAM and Trust. *IEEE Transactions on Engineering Management* 50 (3) 307–321.
 23. Ghozali, Imam. (2008). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 16.0*. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
 24. Goodwin, N.C. (1987), Functionality and Usability, *Communications of the ACM* (30:3), pp 229-233.
 25. Govindaraju, R., dan Indriany, N. (2007), Studi Mengenai Penerimaan Sistem ERP: Enhancement Terhadap Model Penerimaan Sistem ERP Berbasis Technology Acceptance Model. *National Industrial Engineering Conference*. No. 4; 1-11.
 26. Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998), *Multivariate data analysis (5, h ed)*. New Jersey: Prentice Hall.
 27. Holmes-Smith, P., & Rowe, K. J. (1994), *The development and use of congeneric measurement models in school effectiveness research: Improving the reliability and validity of composite and latent variables for fitting multilevel and structural equation models*. Paper presented at the International Congress for School Effectiveness and Improvement, World Congress Centre, Melbourne, Australia.
 28. Holmes-Smith, P. (2001), *Introduction to Structural Equation Modeling Using LISREL*. Pert: ACSPRI-Winter Training Program.
 29. Hsu, K. (2012). *The advertising effects of corporate social responsibility on corporate reputation and brand equity: Evidence from the life insurance industry in Taiwan*. *Journal of Business Ethics*, 109 (2), 189-201. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-011-1118-0>
 30. Hsu MH et al. (2006), A longitudinal investigation of continued online shopping behavior: an extension of the theory of planned behavior. *International Journal Hum Computer Study* 64: 890–904.
 31. Hung, S.Y., Chang, C.M., Yu, T.J. (2006), Determinants of User Acceptance of The Government Services: The Case of Online Tax Filling and Payment Systems. *Government Information Quarterly*. Vol. 23; 97-122.
 32. Igbaria, M., A. Chakrabarti. (1990), Computer anxiety and attitudes towards microcomputer use. *Behaviour Inform. Tech.* **9** (3) 229–241.
 33. Igbaria, M., Tan, M. (1997), The consequences of Information Technology Acceptance on Subsequent Individual Performance, Information and Management.
 34. Joreskog, K.G., & Sorbom, D. (1996), *LISREL 8: User's reference guide*. Chicago, IL: Scientific Software.
 35. Kalakota, R., Whinston, A. (1997), *Electronic commerce: A manager's guide*. Reading, Mass: Addison Wesley.
 36. Kloppping, I.M., E., McKinney. (2004), Extending the Technology Acceptance Model and Task-Technology Fit Model to Consumer E-Commerce. *Information Technology Learning, and Performance Journal*. Vol 22/1, Spring: 35-47.
 37. Kuisma T, Laukkanen T, Hiltunen M. (2007), Mapping the reasons for resistance to internet banking: a means-end approach. *International Journal*

- Information Manage 27 (2) 75–85.
38. Lee. M. –C. (2009), “Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived benefit”. *Journal of Electronic Commerce Research and Applications*, 8. 130-141.
 - 39.
 40. Littler D, Melanthiou D. (2006), Consumer perceptions of risk and uncertainty and the implications for behaviour towards innovative retail services: the case of internet banking. *Journal Retailing Consumer Services* 13 (6) 431–43.
 41. Loudon, D.L., Dela Bitta, Albert, J. (1993), *Consumer Behavior, Concepts and Applications*, 4th ed. McGraw-Hill, Inc: New York.
 42. Lui, H.K., Jamieson, R. (2003), TRiTAM: A Model for Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer electronic commerce, *16th Bled E-Commerce Conference Transformation Bled*, Slovenia, 349-364.
 43. Mar’at. (1981), *Sikap Manusia : Perubahan Serta Pengukurannya*, Jakarta : Gramedia Widiya Pustaka Utama.
 44. M.A. Fishbein, I. Ajzen, Belief. (1975), *Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, Reading, Massachusetts.
 45. McGuire, W.J. (1986), *Public Communication and Behavior*. Orlando, FL: Academic Press.
 46. McKnight, D. Harrison *et al.* (2002), Developing and Validating Trust Measures for E- Commerce: An Integrative Typology. *Information System Research*. (Online). Vol. 13; 334-359. (<http://www.bus.iastate.edu/mennecke/434/S05/TrustScaleISR.pdf>), diakses 2 September 2013.
 47. Norizah Ardi. (2005), *Sikap terhadap bahasa Melayu dan penggunaannya di kalangan pelajar universiti di Selatan Thailand*. Tesis Ph.D., Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
 48. Pavlou, Fred. (2001), Perceived Usefulnes, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, September.
 49. Peter, J.P., Olson, J.C. (1999), *Consumer Behaviour*. 5th edition. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
 50. Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H. And Pahnla, S. (2004), Costumer Acceptance of Online Banking: An Extension of The Technology Acceptance Model. *Internet Research*. Vol. 14 (3); 224-235.
 51. Saade, R., George, Nebebe, Fassil, Tan, weiwei. (2007), Viability of the Technology Acceptance Model in Multimedia Learning Environtment: A Comparative Study. *Interdiciplinary Journal of Knowledge and Learning Objects*. Vol 3 175-183.
 52. Salisbury, W.D., Pearson, R.A., Pearson, A.W., Miller, D.W. (2001). Perceived security and world wide web purchase intention, *Industrial Management and Data Systems* 101 165–176.
 53. Sekaran, Uma. (2000), “*Research Methods for Busines*”s, 3rd ed. New York: John Wiley&Sons Inc.
 54. Silver, M. (1988), User Perceptions of DSS Restric- tiveness: An Experiment, *Journal of MIS* (5:1), Summer, pp. 51-65.

55. Tangke, Natalia. (2004), Analisa Penerimaan Penerapan TABK dengan Menggunakan TAM pada BPK-RI, <http://puslit.petra.ac.id>, diakses 2 September 2013.
56. Thompson Ronald, Howell, Higgins,.1991. "Personal Computing: Toward a conceptual Model of Utilization ". *Management Information System Quarterly*, 21(3)
57. Venkatesh, V., Davis, F. D. (2000), A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46, 186–204.
58. Venkatesh, V., Morris, M.G. (2000), Why Don't Men Ever Stop to Ask for Direction? Gender, Social Influence and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior. *MIS Quarterly*, (24:1): 115-139.
59. Vijayasarathy, Leo R. (2004), Predicting Costumer Intentions to Use On-line Shopping: The Case for an Augmented Technology Acceptance Model. *Informastion & Management*. Vol.41; 747-762.
60. Wu I-L, Chen J-L. (2005), An extension of Trust and TAM model with TPB in the initial adoption of on-line tax: an empirical study. *International Journal Human Computer Study* 62 (6) 784–808.
61. W.W. Chin, P.A. Todd. (1995), On the use, usefulness, and ease of use of structural equation modeling in MIS research: a note of caution, *MIS Quarterly* 19 237–246.
62. Yuliharsi, Md Aminul Islam, Ku Amir Ku Daud. (2011), Factors That Influence Customer's Buying Intention on Shopping Online. *International Journal of Marketing Studies*. Vol 3 (1); 128-139.

LAMPIRAN 1: KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang sedang melakukan penelitian dengan judul “**ADOPTI DARI ONLINE BANKING: STUDI EMPIRIS DI YOGYAKARTA**”. Dalam penelitian ini saya menyusun kuisisioner untuk menunjang penelitian tersebut. Pada kuisisioner ini terdapat pernyataan-pernyataan yang dimaksudkan untuk memperoleh penilaian Bpk/Ibu/Sdr, mengenai Manfaat yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan, Sikap, Keinginan Menggunakan, Keamanan Web yang Dirasakan dalam penggunaan online banking.

Saya memohon kesediaan Bpk/Ibu/Sdr untuk meluangkan waktu guna membantu saya untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan cara mengisi atau memilih jawaban yang telah disediakan pada kuisisioner tersebut. Kebenaran dan kelengkapan jawaban Bpk/Ibu/Sdr akan sangat membantu saya dalam penelitian ini. Saya akan menjaga kerahasiaan setiap jawaban yang Bpk/Ibu/Sdr berikan.

Atas partisipasi dan bantuan Bpk/Ibu/Sdr Saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat Saya,

Innaya Rahyen Nayuma. B

DEMOGRAFI RESPONDEN

Petunjuk: Pertanyaan berikut berkenaan dengan kebiasaan Bapak/Ibu/Saudara menggunakan ***online banking***. Jawablah pertanyaan tersebut dengan **MENYILANG (X)** atau **MELINGKARI (O)** nomor jawaban yang dianggap paling sesuai.

1. Apakah bapak/ibu/saudara pengguna *online banking*?

1.	Ya
2.	Tidak

2. Apakah jenis kelamin bapak/ibu/saudara?

1.	Pria
2.	Wanita

3. Berapakah usia bapak/ibu/saudara pada ulang tahun terakhir?

1.	< 18 Tahun
2.	19-30 Tahun
3.	31-45 Tahun

4.	46-60 Tahun
5.	> 60 Tahun

4. Apa pendidikan terakhir bapak/ibu/saudara?

1.	SD	5.	Sarjana (S1)
2.	SMP	6.	Pasca Sarjana (S2)
3.	SMA	7.	Doktor (S3)
4.	Diploma		

5. Apa pekerjaan bapak/ibu/saudara?

1.	Tidak/belum bekerja	5.	PNS
2.	Pelajar/mahasiswa	6.	TNI/Polri
3.	Pegawai swasta	7.	Lainnya, sebutkan
4.	Wiraswasta		

* Hanya Diisi Bagi Pengguna Internet Banking

Petunjuk: Pertanyaan berikut berkenaan dengan kebiasaan Bapak/Ibu/Saudara menggunakan **online banking**. Jawablah pertanyaan tersebut dengan **MENYILANG (X)** atau **MELINGKARI (O)** nomor jawaban yang dianggap paling sesuai.

1. Sudah berapa lama bapak/ibu/saudara menggunakan *online banking*?

1.	< 1 Tahun
2.	1-3 Tahun
3.	3-5 Tahun
4.	> 5 Tahun

2. Seberapa sering bapak/ibu/saudara menggunakan *online banking*?

1.	Setiap hari	4.	1 minggu sekali
2.	2 hari sekali	5.	2 minggu sekali
3.	3 hari sekali	6.	1 bulan sekali

Bagian I : Manfaat yang Dirasakan

Petunjuk: Berilah penilaian Bapak/Ibu/Saudara terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan **MENYILANG (X)** atau **MELINGKARI (O)** angka yang dianggap paling sesuai.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)	4 = Agak Setuju (AS)
2 = Tidak Setuju (TS)	5 = Setuju (S)
3 = Agak Tidak Setuju (ATS)	6 = Sangat Setuju (SS)

		STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Menurut saya penggunaan <i>online banking</i> dapat membuat saya menyelesaikan pekerjaan lebih cepat.	1	2	3	4	5	6
2.	Menurut saya <i>online banking</i> dapat memudahkan saya dalam menyelesaikan pekerjaan.	1	2	3	4	5	6
3.	Menurut saya <i>online banking</i> sangat bermanfaat.	1	2	3	4	5	6
4.	Secara keseluruhan, menurut saya penggunaan <i>online banking</i> menguntungkan.	1	2	3	4	5	6

Bagian II : Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan

Petunjuk: Berilah penilaian Bapak/Ibu/Saudara terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan **MENYILANG (X)** atau **MELINGKARI (O)** angka yang dianggap paling sesuai.

		STS	TS	ATS	AS	S	SS
5.	Menurut saya belajar penggunaan <i>online banking</i> tidak sulit.	1	2	3	4	5	6
6.	Menurut saya penggunaan <i>online banking</i> tidak membutuhkan banyak berpikir.	1	2	3	4	5	6
7.	Menurut saya penggunaan <i>online banking</i> memudahkan saya untuk menyelesaikan pekerjaan yang berhubungan dengan bank.	1	2	3	4	5	6
8.	Secara keseluruhan, saya menemukan bahwa penggunaan <i>online bankingsangat</i> mudah.	1	2	3	4	5	6

Bagian III : Sikap

Petunjuk: Berilah penilaian Bapak/Ibu/Saudara terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan **MENYILANG (X)** atau **MELINGKARI (O)** angka yang dianggap paling sesuai.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)	4 = Agak Setuju (AS)
2 = Tidak Setuju (TS)	5 = Setuju (S)
3 = Agak Tidak Setuju (ATS)	6 = Sangat Setuju (SS)

		STS	TS	ATS	AS	S	SS
9.	Menurut saya penggunaan <i>online banking</i> adalah ide yang bagus.	1	2	3	4	5	6
10.	Menurut saya penggunaan <i>online banking</i> untuk transaksi keuangan merupakan ide yang bijak.	1	2	3	4	5	6
11.	Menurut saya penggunaan <i>online banking</i> menyenangkan.						

		1	2	3	4	5	6
12.	Menurut saya penggunaan <i>online banking</i> merupakan sebuah kebutuhan.	1	2	3	4	5	6

Bagian IV : Keinginan Menggunakan

Petunjuk: Berilah penilaian Bapak/Ibu/Saudara terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan **MENYILANG (X)** atau **MELINGKARI (O)** angka yang dianggap paling sesuai.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)	4 = Agak Setuju (AS)
2 = Tidak Setuju (TS)	5 = Setuju (S)
3 = Agak Tidak Setuju (ATS)	6 = Sangat Setuju (SS)

		STS	TS	ATS	AS	S	SS
13.	Saya akan menggunakan <i>online banking</i> untuk keperluan perbankan saya.	1	2	3	4	5	6

14.	Menggunakan <i>online banking</i> untuk menangani transaksi perbankan adalah sesuatu yang akan saya lakukan.	1	2	3	4	5	6
15.	Saya ingin melihat diri saya menggunakan <i>online banking</i> untuk menangani transaksi perbankan saya.	1	2	3	4	5	6

Bagian V : Kemanan Web yang Dirasakan

Petunjuk: Berilah penilaian Bapak/Ibu/Saudara terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan **MENYILANG (X)** atau **MELINGKARI (O)** angka yang dianggap paling sesuai.

		STS	TS	ATS	AS	S	SS
16.	Saya akan merasa aman mengirim informasi yang pribadi melalui <i>online banking</i> .	1	2	3	4	5	6
17.	<i>Online banking</i> aman untuk mengirim informasi yang bersifat pribadi.	1	2	3	4	5	6

18.	Saya akan merasa benar-benar aman untuk memberikan informasi yang bersifat pribadi tentang diri saya melalui <i>online banking</i> .	1	2	3	4	5	6
19.	Secara keseluruhan, <i>online banking</i> aman untuk mengirimkan informasi yang bersifat pribadi.	1	2	3	4	5	6

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)	4 = Agak Setuju (AS)
2 = Tidak Setuju (TS)	5 = Setuju (S)
3 = Agak Tidak Setuju (ATS)	6 = Sangat Setuju (SS)

Terima kasih atas waktu dan bantuan yang telah diberikan, semoga sukses selalu 😊

LAMPIRAN 2: REKAPITULASI DATA

PU1	PU2	PU3	PU4	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PEOU4	INT1	INT2	INT3	ATT1	ATT2	ATT3	ATT4	PWS1	PWS2	PWS3	PWS4
6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	6
4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	6	3	3	3	4	4
5	6	5	6	6	5	4	6	6	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
5	5	5	6	6	6	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5
3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	5	3
4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	6
4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	6	3	3	3	4	4
5	6	5	6	6	5	4	6	6	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
5	5	5	6	6	6	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5
3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	5	3
4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	6	5	5	5	5	4
3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
5	5	4	4	4	5	3	6	6	6	5	3	3	4	3	3	3	5	5
4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4
6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	5	5	5	5	4	5	5	4	6
3	3	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	5	5	5	4	5	5	6	6	6	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	6	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	6	5
3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3
6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	4	6	6	4	5	5	5	5	6
5	5	5	3	3	3	3	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5
3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	4	4	5	4	5
3	3	3	6	6	6	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3
3	3	6	4	4	4	3	6	3	4	1	4	4	3	4	5	3	3	3
3	4	4	4	5	4	3	5	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3
3	3	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3
5	6	5	4	6	5	4	5	6	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	6	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	6	6	5	6	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	4	5	3	5	5	5	6	6	5	5	6	3	6	5	3
4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4
4	4	4	6	5	5	6	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4

4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4
3	3	3	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
3	4	3	4	5	4	5	5	6	5	5	4	3	4	5	6	5	5	3
4	3	3	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	3	5	5	6	4	4
6	5	6	4	5	5	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	4	3	4	3	5	5	6	5	5	4	4	4	4	5	4	6	6	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	5	5	6	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5
3	3	3	6	6	6	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	3
4	5	5	3	4	4	3	6	5	5	5	5	5	4	5	5	6	5	4
4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4
5	5	5	3	5	5	6	5	4	4	3	3	3	3	5	5	6	6	5
4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	4	3	6	6	3
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	6	6	6	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	3
3	3	3	4	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3
6	6	6	5	5	3	5	6	6	6	6	6	6	6	3	4	3	4	6
4	4	4	4	5	4	4	6	5	5	4	4	4	4	4	4	6	5	4
6	6	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	6
4	3	4	4	3	5	5	3	5	5	5	5	3	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	6	5	3	3	5	5	6	5	4
5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	6	4	5	5	6	5	5	5
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	6	5	3
3	3	3	3	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	3	3	3	3	5
5	4	5	4	5	6	5	6	5	5	3	3	4	5	3	4	4	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	3	4
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4
4	3	4	3	3	3	3	6	5	5	3	3	3	3	4	5	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	5
5	4	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	4	6	3	3	3	3	5
5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	6	6	5	5	5	3
4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6

3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	3
6	6	6	4	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	3	3	3	3	6
4	3	3	4	4	4	5	6	5	5	6	6	3	5	5	5	6	5	4
6	6	6	5	5	4	3	6	6	6	5	6	5	4	6	6	6	6	6
4	4	4	4	5	4	3	6	6	6	5	6	5	5	3	4	5	4	4
4	5	4	3	3	4	3	5	5	5	4	5	3	3	3	4	5	5	4
4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	6	6	4	4	6	5	5	5	4
4	5	5	4	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	4
3	4	3	6	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3
4	3	3	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	5	6	4
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5
5	4	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	4	6	3	3	3	3	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	5
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	3	3	6	5	5	3	3	3	3	4	5	4	4	4
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	3	4
5	4	5	4	5	6	5	6	5	5	3	3	4	5	3	4	4	5	5
3	3	3	4	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	4	6	6	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3
3	3	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	6	5	3
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	5	5	6	4	4	5	6	6	5	6	4	5	5	3	4
4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	6	4	5	5	6	5	5	5
4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	6	5	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
4	3	4	4	3	5	5	3	5	5	5	5	3	4	3	4	3	3	4
6	6	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	6
4	4	4	4	5	4	4	6	5	5	4	4	4	4	4	4	6	5	4
6	6	6	5	5	3	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	3
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	6	6	6	4	4	4	4	4	5
3	3	3	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	4	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	6	6	4	5	5	5	5	3
5	5	5	3	5	5	6	5	4	4	3	3	3	3	5	5	6	6	5
4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4
4	5	5	3	4	4	3	6	5	5	5	5	5	4	5	5	6	5	4
6	5	6	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6	6	4	3	4	4	6
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5

4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	5	5	6	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	5	5	6	5	5	4	4	4	4	5	4	6	6	4
6	5	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	6	4	4
3	4	3	4	5	4	5	5	6	5	5	4	3	4	5	6	5	5	3
3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
3	3	3	4	5	5	5	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4
3	6	4	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4
3	3	3	3	4	5	3	5	5	5	6	6	5	5	6	3	6	5	3
4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	6	5	5	5	5	5
3	3	3	4	6	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3
3	3	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3
3	4	4	4	5	4	3	5	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3
3	3	6	4	4	4	3	6	3	4	1	4	4	3	4	5	3	3	3
3	3	3	6	6	6	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	6	6	5	6	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
5	5	5	3	3	3	3	6	6	6	6	5	6	6	4	3	4	3	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3
5	4	6	5	3	4	4	6	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5
6	6	6	4	3	4	3	3	3	4	6	6	6	6	4	4	3	3	6
4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	3	3	3	5
3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
4	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5
5	4	4	4	5	3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	5	4
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	6	5	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4
5	5	6	6	6	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	5
6	5	6	6	5	4	6	6	5	3	6	3	3	4	5	4	4	6	5
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	6	3	3	3	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5
3	3	6	5	6	4	6	6	6	6	6	4	5	5	6	6	5	3	3
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4
5	4	5	5	5	3	6	6	6	6	6	5	3	3	4	6	6	5	4
3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	3	4

5	3	5	3	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3
3	3	4	5	4	3	5	5	5	4	5	3	3	4	6	5	5	3	3
3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	5	5	3	3
5	5	6	6	6	6	6	6	6	4	6	3	3	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6	5	5
6	5	6	6	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	6	6	5	6	5
5	5	6	6	5	6	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5
6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	6	6	4	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	4	4	5	5	4	5	5	5	5	6	6	6	6	6
6	5	4	6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	6	5	6	5
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	6	6	6	6	6	6	6	5	5
4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	3	4	4	4
4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	6	5	6	6	6	4	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	4	6
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	6	5	4	5	4	5
4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	5	5	5	6	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	6	5	4	5	4	4
5	5	6	6	6	5	4	3	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	5	3	6	3	6	5	6	6	5	5	5	5	5	3	3
5	5	3	3	3	3	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5
5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	6	6	6	5	5
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3

LAMPIRAN 3: UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

PERCEIVED USEFULNESS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.924	.926	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PU1	4.09	1.197	35
PU2	3.94	1.235	35
PU3	4.00	1.213	35
PU4	4.09	1.292	35

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Variances	1.525	1.434	1.669	.235	1.164	.011	4
Inter-Item Correlations	.757	.574	.871	.297	1.516	.013	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PU1	12.03	11.205	.902	.830	.875
PU2	12.17	11.440	.826	.783	.900
PU3	12.11	11.163	.893	.812	.878
PU4	12.03	12.029	.689	.535	.948

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.11	19.869	4.457	4

PERCEIVED EASE OF USE

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.927	.928	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PEOU1	4.46	1.010	35
PEOU2	4.57	1.065	35
PEOU3	4.49	1.040	35
PEOU4	3.97	1.043	35

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Variances	1.081	1.020	1.134	.114	1.112	.002	4
Inter-Item Correlations	.762	.691	.819	.127	1.184	.003	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PEOU1	13.03	8.146	.873	.766	.892
PEOU2	12.91	7.963	.849	.732	.899
PEOU3	13.00	8.118	.844	.731	.901
PEOU4	13.51	8.492	.760	.584	.929

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.49	14.198	3.768	4

INTENTION TO USE

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.920	.925	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
INT1	4.86	1.061	35
INT2	4.49	1.358	35
INT3	4.54	1.291	35

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Variances	1.546	1.126	1.845	.719	1.639	.140	3
Inter-Item Correlations	.804	.764	.831	.067	1.088	.001	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
INT1	9.03	6.382	.835	.712	.899
INT2	9.40	5.071	.829	.692	.898
INT3	9.34	5.173	.876	.771	.851

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.89	11.987	3.462	3

ATTITUDE

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.878	.886	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ATT1	4.17	1.200	35
ATT2	4.43	.979	35
ATT3	4.49	.951	35
ATT4	4.51	1.095	35

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Variances	1.125	.904	1.440	.536	1.593	.060	4
Inter-Item Correlations	.659	.535	.844	.309	1.577	.009	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ATT1	13.43	7.311	.684	.482	.872
ATT2	13.17	7.793	.812	.737	.818
ATT3	13.11	7.869	.828	.750	.814
ATT4	13.09	7.904	.664	.450	.873

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.60	13.188	3.632	4

PERCEIVED WEB SECURITY

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.921	.922	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PWS1	3.89	1.278	35
PWS2	3.94	1.187	35
PWS3	4.11	1.207	35
PWS4	4.23	1.114	35

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Variances	1.435	1.240	1.634	.393	1.317	.026	4
Inter-Item Correlations	.747	.701	.771	.070	1.101	.001	4

Item-Total Statistics

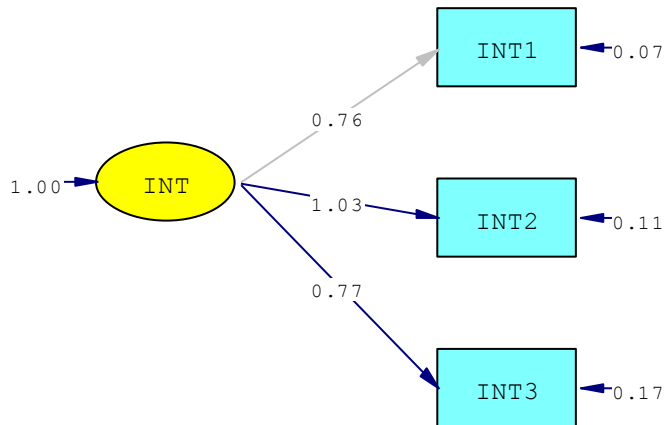
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PWS1	12.29	10.328	.803	.652	.904
PWS2	12.23	10.770	.819	.672	.897
PWS3	12.06	10.467	.849	.722	.886
PWS4	11.94	11.291	.805	.657	.902

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.17	18.558	4.308	4

Lampiran 4: Structural Equation Model (SEM)

Intention to Use



LAMBDA-Y

	INT
INT1	0.76
INT2	1.03
	(0.04)
	25.71
INT3	0.77
	(0.04)
	20.76

THETA-EPS

INT1	INT2	INT3
0.07	0.11	0.17
(0.01)	(0.02)	(0.02)
5.27	4.69	8.20

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

INT1	INT2	INT3
0.89	0.90	0.77

PSI

INT
1.00
(0.11)
8.78

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 0

Minimum Fit Function Chi-Square = 0.0 (P = 1.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 0.00 (P = 1.00)

Factor Scores Regressions

ETA

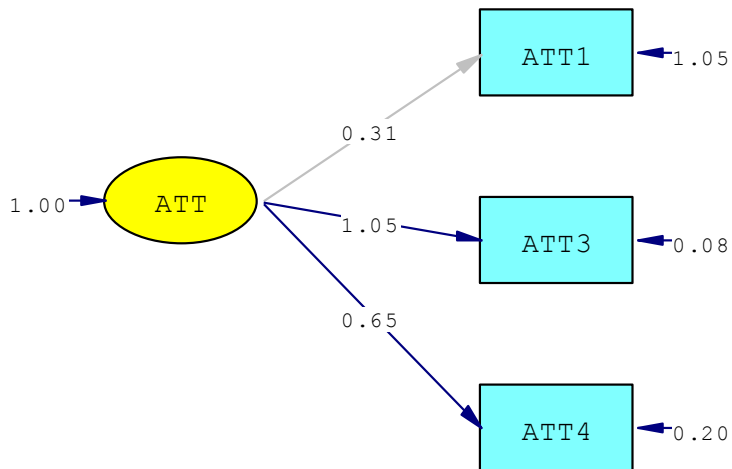
	INT1	INT2	INT3
INT	0.48	0.42	0.21

Standardized Solution

LAMBDA-Y

	INT
INT1	0.76
INT2	1.03
INT3	0.77

Attitude



LAMBDA-Y

	ATT
ATT1	0.31
ATT3	1.05
	(0.30)
	3.50
ATT4	0.65
	(0.16)
	4.04

THETA-EPS

ATT1	ATT3	ATT4
1.05	0.08	0.20
(0.11)	(0.19)	(0.08)
9.85	0.40	2.65

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

ATT1	ATT3	ATT4
0.08	0.93	0.68

PSI

ATT
1.00
(0.51)
1.96

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 0

Minimum Fit Function Chi-Square = 0.0 (P = 1.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 0.00 (P = 1.00)

Factor Scores Regressions

ETA

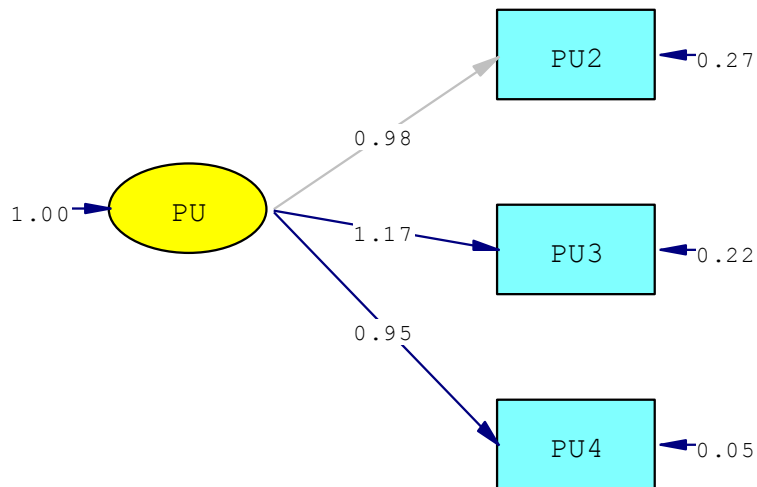
	ATT1	ATT3	ATT4
ATT	0.02	0.78	0.18

Standardized Solution

LAMBDA-Y

	ATT
ATT1	0.31
ATT3	1.05
ATT4	0.65

Perceived Usefulness



LAMBDA-Y

	PU
PU2	0.98
PU3	1.17
	(0.06)
	20.60
PU4	0.95
	(0.04)
	22.45

THETA-EPS

PU2	PU3	PU4
0.27	0.22	0.05
(0.03)	(0.03)	(0.02)
8.32	6.47	2.87

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

PU2	PU3	PU4
0.78	0.86	0.95

PSI

PU
1.00
(0.13)
7.88

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 0

Minimum Fit Function Chi-Square = 0.0 (P = 1.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 0.00 (P = 1.00)

Factor Scores Regressions

ETA

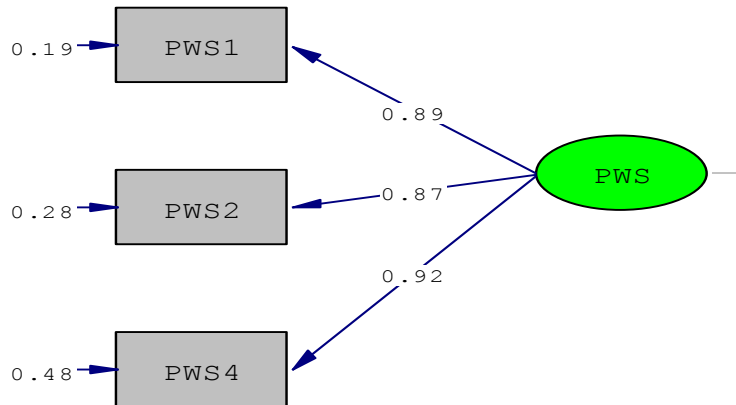
	PU2	PU3	PU4
PU	0.13	0.19	0.65

Standardized Solution

LAMBDA-Y

	PU
PU2	0.98
PU3	1.17
PU4	0.95

Perceived Web Security



LAMBDA-X

	PWS
PWS1	0.89
	(0.06)
	15.41
PWS2	0.87
	(0.06)
	14.31
PWS4	0.92
	(0.07)
	13.08

THETA-DELTA

PWS1	PWS2	PWS4
0.19	0.28	0.48
(0.04)	(0.04)	(0.06)
4.52	6.23	7.71

Squared Multiple Correlations for X - Variables

PWS1	PWS2	PWS4
0.81	0.73	0.64

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 0

Minimum Fit Function Chi-Square = 0.0 (P = 1.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 0.00 (P = 1.00)

Factor Scores Regressions

KSI

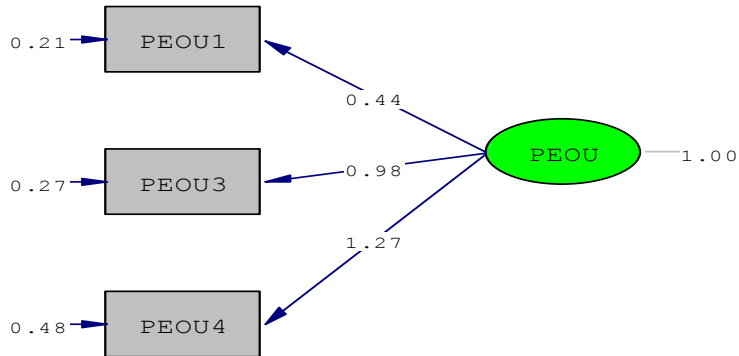
	PWS1	PWS2	PWS4
PWS	0.49	0.32	0.20

Standardized Solution

LAMBDA-X

	PWS
PWS1	0.89
PWS2	0.87
PWS4	0.92

Perceived Ease of Use



LAMBDA-X

	PEOU
PEOU1	0.44
	(0.04)
	10.74
PEOU3	0.98
	(0.07)
	14.47
PEOU4	1.27
	(0.09)
	14.29

THETA-DELTA

PEOU1	PEOU3	PEOU4
0.21	0.27	0.48
(0.02)	(0.06)	(0.11)
8.70	4.26	4.55

Squared Multiple Correlations for X - Variables

PEOU1	PEOU3	PEOU4
0.49	0.78	0.77

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 0

Minimum Fit Function Chi-Square = 0.0 (P = 1.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 0.00 (P = 1.00)

Factor Scores Regressions

KSI

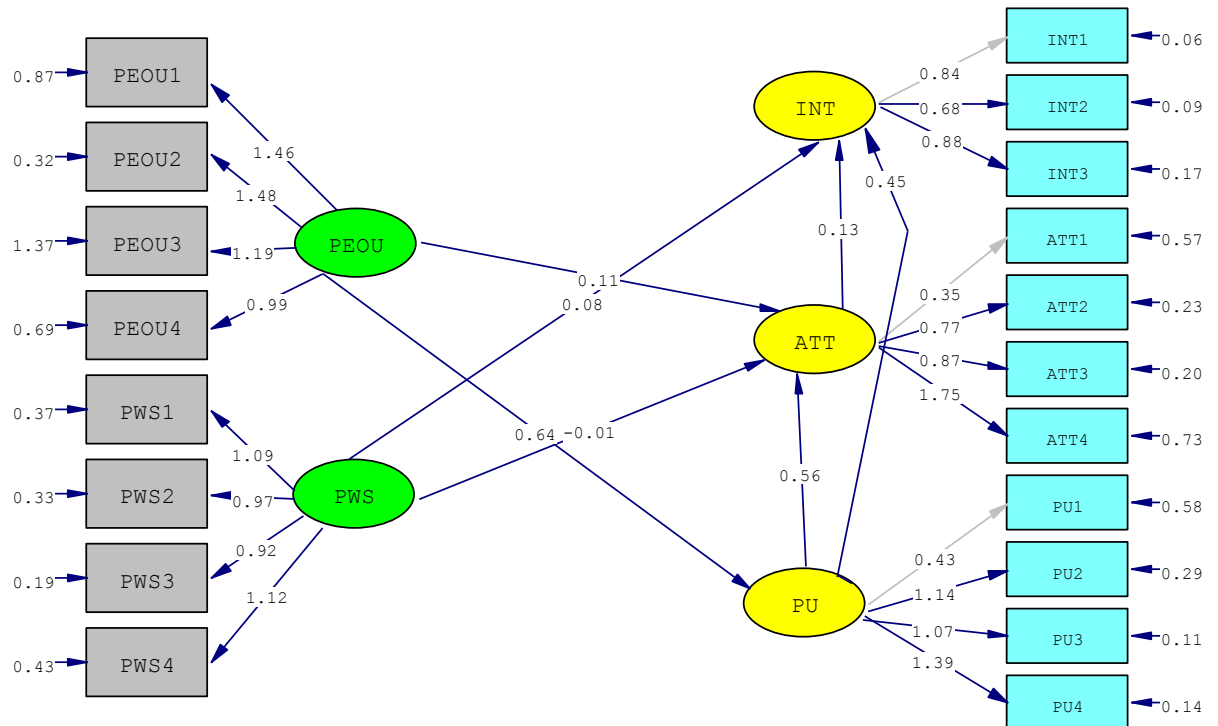
	PEOU1	PEOU3	PEOU4
PEOU	0.24	0.41	0.29

Standardized Solution

LAMBDA-X

	PEOU
PEOU1	0.44
PEOU3	0.98
PEOU4	1.27

Full Model



Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 144

Minimum Fit Function Chi-Square = 980.99 (P = 0.0)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 782.72 (P = 0.0)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 638.72

90 Percent Confidence Interval for NCP = (554.73 ; 730.21)

Minimum Fit Function Value = 4.93

Population Discrepancy Function Value (F0) = 3.21

90 Percent Confidence Interval for F0 = (2.79 ; 3.67)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.15

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.14 ; 0.16)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 4.40

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (3.97 ; 4.86)

ECVI for Saturated Model = 1.91

ECVI for Independence Model = 37.75

Chi-Square for Independence Model with 171 Degrees of Freedom = 7474.63

Independence AIC = 7512.63

Model AIC = 874.72

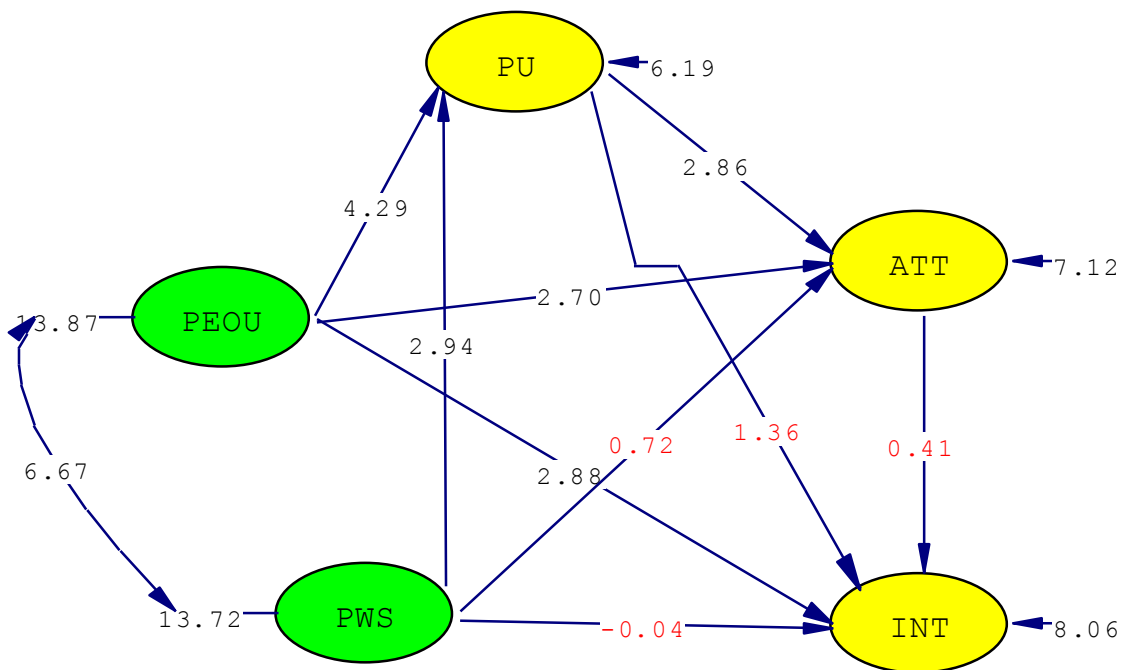
Saturated AIC = 380.00
 Independence CAIC = 7594.30
 Model CAIC = 1072.44
 Saturated CAIC = 1196.68

Normed Fit Index (NFI) = 0.87
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.86
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.73
 Comparative Fit Index (CFI) = 0.89
 Incremental Fit Index (IFI) = 0.89
 Relative Fit Index (RFI) = 0.84

Critical N (CN) = 38.81

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.17
 Standardized RMR = 0.14
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.71
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.61
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.54

Final Model



Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 0
 Minimum Fit Function Chi-Square = 0.0 (P = 1.00)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 0.00 (P = 1.00)
 Satorra-Bentler Scaled Chi-Square = 0.0 (P = 1.00)