

**PENGARUH VARIABEL KEBERMANFAATAN,
KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, KETERBUKAAN
INFORMASI, BIAYA, KETERSEDIAAN JARINGAN, DAN
PENGUASAAN TEKNOLOGI TERHADAP MINAT NASABAH
DI PEDESAAN UNTUK MENGGUNAKAN MOBILE
BANKING**



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Achmad Nur Mustaqim

No. Mahasiswa : 09312044

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2016**

**PENGARUH VARIABEL KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN,
KEPERCAYAAN, KETERBUKAAN INFORMASI, BIAYA,
KETERSEDIAAN JARINGAN, DAN PENGUASAAN TEKNOLOGI
TERHADAP MINAT NASABAH DI PEDESAAN UNTUK
MENGUNAKAN MOBILE BANKING**

SKRIPSI

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

Oleh :

Nama : Achmad Nur Mustaqim

No. Mahasiswa : 09312044

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 2 Desember 2016

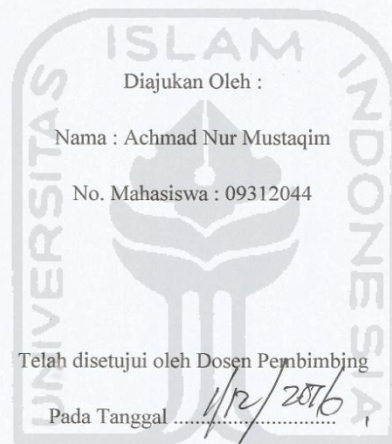
Penyusun,



(Achmad Nur Mustaqim)

**PENGARUH VARIABEL KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN,
KEPERCAYAAN, KETERBUKAAN INFORMASI, BIAYA,
KETERSEDIAAN JARINGAN, DAN PENGUASAAN TEKNOLOGI
TERHADAP MINAT NASABAH DI PEDESAAN UNTUK
MENGUNAKAN MOBILE BANKING**

SKRIPSI



Dosen Pembimbing.



(Drs. Syamsul Hadi, M.S., Ak.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PARA NASABAH DI DAERAH
PEDESAAN UNTUK MENGGUNAKAN MOBILE BANKING**

Disusun Oleh : **ACHMAD NUR MUSTAQIM**

Nomor Mahasiswa : **09312044**

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

Pada hari Jum'at, tanggal: 20 Januari 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Hadri Kusuma, Prof., Dr., MBA.

Penguji : Kumala Hadi, Dr., MS, Ak.,CPA.

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO

"Wahai orang-orang yang beriman!"

*Mohonlah pertolongan dengan sabar dan sholat. Sesungguhnya Allah
berserta orang-orang yang Sabar."*

(QS. Al-Baqarah: 153)

*"Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha
yang disertai doa, karena sesungguhnya nasib seseorang manusia
tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha."*

"Kita akan sukses jika belajar dari kesalahan."

(A.N.M)

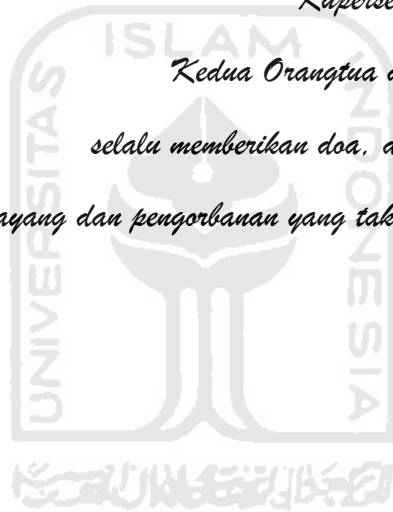
HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmannirrahin....

Dengan Rahmat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang....

Kupersembahkan karya ini untuk :

*Kedua Orangtua dan Kakakku tercinta yang
selalu memberikan doa, dukungan, perhatian, kasih
sayang dan pengorbanan yang tak terhingga dalam hidupku.*



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Variabel Kebermanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan, Keterbukaan Informasi, Biaya, Ketersediaan Jaringan, dan Penguasaan Teknologi terhadap Minat para Nasabah di Pedesaan untuk Menggunakan Mobile Banking”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak yang dengan ketulusan, kasih sayang dan pengorbanannya memberikan bantuan kepada penulis. Untuk itu perkenankanlah dalam kesempatan ini penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua orang tuaku Bapak Mochammad Yidin dan Ibu Suhartinah yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan baik moril maupun materiil yang tiada henti.

3. Kakak-kakakku tercinta Martina Nur Hartini dan Cahya Purnama Asri yang telah memberikan masukan dan dorongannya.
4. Bapak Drs. Syamsul Hadi M.S., Ak., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberi saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Drs. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dengan segala kebijaksanaannya yang telah membantu dan mendukung mahasiswanya.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna dengan penuh keikhlasan.
7. Seluruh karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang turut memperlancar dalam proses administrasi akademik.
8. Para masyarakat Tokerten dan Njingin selaku responden yang telah menjadi bagian penelitian ini.
9. Teman-teman yang telah memberikan doa, dukungan, dan nasehat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara detail yang telah banyak membantu kelancaran penulis dalam proses penulisan skripsi ini, sehingga terselesaikan dengan baik.

Semoga Allah melimpahkan rahmad dan hidayah-Nya bagi kita semua, terima kasih atas doa dan semua dukungan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Akhir

kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 1 Desember 2016

Penulis,

Achmad Nur Mustaqim



DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Berita Acara Ujian Skripsi	v
Motto dan Persembahan	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xv
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Teknologi Informasi.....	7
2.2 Teknologi Informasi dalam Dunia Perbankan	7
2.3 Mobile Banking	8
2.4 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	9
2.5 Formulasi Hipotesis	10
2.5.1 Kebermanfaatan	10

2.5.2 Kemudahan	12
2.5.3 Kepercayaan	13
2.5.4 Keterbukaan Informasi	14
2.5.5 Biaya	15
2.5.6 Ketersediaan Jaringan	16
2.5.7 Penggunaan Teknologi	17
2.6 Kerangka Penelitian dan Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Populasi dan Sampel	21
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Sampel	21
3.3 Variabel Penelitian	22
3.3.1 Minat	23
3.3.2 Persepsi Kebermanfaatan	24
3.3.3 Persepsi Kemudahan	25
3.3.4 Persepsi Kepercayaan	25
3.3.5 Persepsi Keterbukaan Informasi	26
3.3.6 Persepsi Biaya	26
3.3.7 Persepsi Ketersediaan Jaringan	27
3.3.8 Persepsi Penggunaan Teknologi	27
3.4 Metode Analisis Data	28
3.4.1 Deskriptif Statistik	28
3.4.2 Uji Data	28
3.4.2.1 Uji Validitas	28
3.4.2.2 Uji Reliabilitas	28
3.4.3 Uji Model	29
3.4.3.1 Uji Heteroskedastisitas	29
3.4.3.2 Uji Multikolinieritas	31

3.4.3.3 Analisis Regresi Berganda	32
3.4.3.4 Koefisien Determinasi	33
3.4.3.5 Uji F (<i>Model Error</i>).....	33
3.4.3.6 <i>Missing Variable</i>	33
3.4.3.7 Uji t	34
BAB IV ANALISIS DATA dan HASIL PENELITIAN	35
4.1 Deskripsi Responden	35
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	38
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan.....	40
4.2 Deskriptif Statistik	41
4.3 Uji Validitas	43
4.4 Uji Reliabilitas	45
4.5 Uji Asmsi Klasik	46
4.5.1 Uji Multikolinieritas	46
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	47
4.6 Analisis Regresi Berganda	48
4.7 Koefisien Determinasi	50
4.8 Uji F (<i>Model Error</i>)	51
4.9 <i>Missing Variable</i>	51
4.10 Uji t	51
4.10.1 Persepsi Kebermanfaatan	52
4.10.2 Persepsi Kemudahan	53
4.10.3 Persepsi Kepercayaan	55
4.10.4 Persepsi Keterbukaan Informasi	57

4.10.5 Persepsi Biaya	58
4.10.6 Persepsi Ketersediaan Jaringan	60
4.10.7 Persepsi Penggunaan Teknologi	61
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Keterbatasan Penelitian	64
5.3 Saran Penelitian	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	19
--------------------------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Pengukuran Variabel	23
Tabel 3.2 Kriteria Korelasi	31
Tabel 3.3 Kriteria Signifikansi	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan Mobile Banking	41
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Statistik.....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Berganda	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisioner Penelitian Mobile Banking	69
Lampiran II Tabulasi Data	74
Lampiran III Uji Validitas	80
Lampiran IV Uji Reliabilitas	83
Lampiran V Hasil Deskriptif Statistik	85
Lampiran VI Uji Multikolinieritas	86



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor persepsi kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, keterbukaan informasi, biaya, ketersediaan jaringan, dan penggunaan teknologi berpengaruh terhadap minat para nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking. Penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai dasar penelitian. Objek dari penelitian ini adalah para nasabah bank di daerah pedesaan yang belum maupun yang sudah menggunakan layanan mobile banking di daerah Tokerten dan Njingin, Kab Sleman, DIY. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan sampel diambil dengan menggunakan metode sampling aksidental. Dari tujuh hipotesis yang diajukan pada penelitian ini, dua diantaranya tidak terbukti yaitu persepsi kebermanfaatan dan ketersediaan jaringan. Hipotesis yang terbukti yaitu kemudahan, kepercayaan, keterbukaan informasi, biaya, dan penggunaan teknologi mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

Kata kunci : *mobile banking*, pedesaan, minat, kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, masa modern merupakan masa keemasan bagi teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi dan komunikasi telah merubah cara hidup masyarakat baik dalam berkomunikasi, bekerja, berbisnis, maupun bertransaksi. Teknologi memberikan manfaat yang luar biasa bagi kehidupan masyarakat. Dengan adanya teknologi, sistem informasi yang dulu sulit diperoleh kini semuanya dapat diperoleh dengan mudah dan cepat.

Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mempengaruhi industri perbankan, sehingga perusahaan harus memperhatikan kemajuan teknologi informasi dan lebih mengoptimalkan fasilitas teknologi informasi dalam rangka dapat bertahan dan menang dalam persaingan usaha di pasar global. Perkembangan teknologi saat ini banyak memberikan kemudahan pada berbagai aspek kegiatan bisnis seperti halnya *mobile banking* yang merupakan salah satu wujud dari perkembangan teknologi tersebut. Perangkat komunikasi berupa *mobile banking* merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi yang pada saat ini juga dimanfaatkan oleh sektor perbankan. Saat ini sudah banyak bank yang telah menyediakan akses *mobile* untuk mengetahui informasi keuangan.

Dengan diterapkannya sistem *mobile banking* semakin mempermudah kegiatan transaksi yang dilakukan oleh para nasabah. Dari istilah *mobile banking*

sendiri, dapat diartikan sebagai transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh suatu pihak melalui handphone atau *mobile* yang tentu saja dapat diakses setiap saat, kapan saja dan dimana saja. Sehingga seseorang tidak perlu lagi untuk datang secara fisik ke bank untuk melakukan transaksi keuangan. Masyarakat dapat melakukan berbagai transaksi finansial, seperti menabung, mengecek saldo, mengirim uang, membayar cicilan, barang dan jasa. Yang paling mendapat keuntungan dari implementasi layanan ini adalah kelompok masyarakat yang memiliki rekening bank karena berbagai kendala, seperti geografis, infrastruktur, biaya, juga lainnya.

Layanan perbankan tersebut pada umumnya berfokus pada masyarakat perkotaan. Untuk daerah pedesaan tentu memerlukan pengenalan dengan layanan tersebut. Apalagi karena di daerah pedesaan ada banyak potensi yang bisa digalakkan, hanya saja masalah akses sering kali menjadi kendala. Edukasi pun turut menjadi poin penting. Pasalnya meski hampir sebagian besar penduduk telah menggunakan ponsel, namun masih banyak masyarakat yang belum melek teknologi. Berbagai keuntungan yang ditawarkan layanan *mobile banking* belum tentu akan diminati nasabah di wilayah pedesaan. Ada berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat nasabah tersebut antara lain dilihat dari faktor kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, keterbukaan informasi, biaya, ketersediaan jaringan dan penguasaan teknologi. Dengan menggunakan *mobile banking* apakah memberikan manfaat bagi nasabah di pedesaan. Di samping itu juga kemudahan dalam mengakses *mobile banking* sehingga tidak mengeluarkan usaha yang berlebih. Kepercayaan terhadap keamanan data dan privasi atas

transaksi perbankan. Keterbukaan informasi yang diberikan kepada nasabah, sehingga nasabah mendapatkan informasi yang valid terhadap informasi yang dibutuhkan. Biaya dalam hal ini dapat diartikan menggunakan layanan *mobile banking* dapat meminimalisir biaya yang dikeluarkan atas transaksi perbankan. Ketersediaan jaringan berkaitan dengan lancar atau tidaknya dalam mengakses layanan *mobile banking*. Serta penguasaan teknologi berkaitan dengan kemampuan pengguna untuk mengaplikasikan layanan *mobile banking*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada tahun penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Agustine Tri Herdianingsih (2013) di desa Kecamatan Ngaglik, Sleman dan Kecamatan Jetis, Bantul, DIY; Francisca Paramitha Kusumaningrum (2013) di desa Kecamatan Tempel, Minggir dan Moyudan di daerah Sleman, DIY; Nurul Wakhidah (2013) di desa Kecamatan Godean, Sleman dan Kecamatan Prambanan, Sleman, DIY; Wahyu Dewi Ratih (2013) di desa Kecamatan Geger, Dagangan, Dolopo dan Kebonsari di daerah Madiun; dan Zuama Yuko Prayuba (2013) di desa Ndrwo Kecamatan Sewon, Bantul, DIY. Sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2016 dengan lokasi responden di desa Tokerten, Kecamatan Mlati, Sleman dan desa Njingin, Kecamatan Seyegan, Sleman, DIY. Pemilihan lokasi dikarenakan desa tersebut jauh dari bank dan ATM.

Tantangan terbesar bagi pihak bank adalah bagaimana menemukan solusi dari berbagai permasalahan yang dijelaskan di atas sehingga meningkatkan minat para nasabah di pedesaan untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Jika

berbagai faktor di atas hampir semua terpenuhi, maka akan mendorong minat para nasabah di pedesaan untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut maka judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “PENGARUH VARIABEL KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, KETERBUKAAN INFORMASI, BIAYA, KETERSEDIAAN JARINGAN, dan PENGUASAAN TEKNOLOGI TERHADAP MINAT NASABAH di PEDESAAN untuk MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah variabel persepsi kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, keterbukaan informasi, biaya, ketersediaan jaringan, dan penggunaan teknologi berpengaruh pada minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah faktor kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, keterbukaan informasi, biaya, ketersediaan jaringan, dan penggunaan teknologi berpengaruh pada minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pihak Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak bank untuk pengambilan keputusan tentang penggunaan *mobile banking*

oleh nasabah di pedesaan sehingga menjadi bahan kebijakan untuk meningkatkan fasilitas dan layanan jasa *mobile banking*.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Sebagai referensi bagi peneliti lain dan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai landasan teori, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesa penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang populasi dan sampel, sumber data, teknik pengambilan sampel, jenis data dan teknik pengumpulan data penelitian, serta metode analisis data yang akan digunakan.

BAB IV : ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN

Bab ini membahas secara rinci analisis data hasil penelitian yang diperoleh. Memuat uraian tentang data dan temuan yang diperoleh dengan metode dan prosedur yang diuraikan dalam Bab III

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teknologi Informasi

Teknologi Informasi saat ini berkembang sangat cepat. Hampir semua aspek lapisan masyarakat membutuhkan sebuah teknologi informasi untuk mendukung aktifitasnya. Saat ini kehidupan manusia mulai bergeser ke kehidupan komputasi persuasif, yaitu suatu kehidupan yang meletakkan teknologi informasi sebagai bagian dari kehidupan manusia kapan dan dimana saja. Hal ini dapat dilihat dari perilaku manusia yang sudah mulai terbiasa dengan komputer, sudah mulai terbiasa dengan internet, dan sudah mulai merasakan bahwa sekumpulan kebutuhannya dapat dibantu oleh teknologi informasi.

Teknologi informasi meliputi segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi (wikipedia). Teknologi tersebut dapat berupa perangkat lunak ataupun perangkat keras. Salah satu peranan teknologi informasi yang paling nyata adalah semua pekerjaan akan lebih cepat dan akurat.

2.2 Teknologi Informasi dalam Dunia Perbankan

Salah satu kegiatan bisnis yang menggunakan teknologi informasi yaitu lembaga keuangan/perbankan. Persaingan yang keras dalam dunia bisnis tentunya sangat membutuhkan suatu perusahaan yang dapat menangani akan hal itu diberbagai situasi yang menantang. Semua bisnis tentunya juga membutuhkan semua informasi yang sangat aktual, cepat dan dapat dipercaya, yang mana bisa semua permasalahan tersebut hanya bisa diselesaikan melalui teknologi informasi.

Untuk menunjang keberhasilan operasional sebuah lembaga keuangan/perbankan seperti bank, sudah pasti diperlukan sistem informasi yang handal yang dapat diakses dengan mudah oleh nasabahnya, yang pada akhirnya akan bergantung pada teknologi informasi *online*.

Kegiatan transaksi perbankan dengan media *online* berbasis internet yaitu *internet banking* dan *mobile banking*. Perbedaan *internet banking* dengan *mobile banking* hanya pada media yang digunakan. Media *internet banking* menggunakan perangkat komputer, sedangkan *mobile banking* menggunakan perangkat *handphone*. Sehingga *mobile banking* dapat digunakan dimana saja dan kapan saja asalkan terdapat jaringan internet yang memadai.

2.3 Mobile Banking

Mobile banking merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *handphone*/telepon seluler untuk melakukan transaksi finansial dan non finansial (www.mangcara.com). Layanan *mobile banking* ini merupakan suatu layanan komunikasi yang bergerak (*mobile*) dan diakses melalui telepon seluler berbasis GSM. Kemampuannya dalam bergerak (*mobile*) tanpa batas ruang dan waktu sehingga memungkinkan manusia untuk dapat menjalankan aktivitas yang sedang dilakukan (Sunarto, 2004). Nasabah yang memanfaatkan layanan *mobile banking*, dapat melakukan transaksi keuangan dan meminta informasi keuangan, misalnya transfer dana ke rekening lain, mengecek saldo, membayar tagihan, isi ulang pulsa, mengetahui informasi suku bunga dan nilai tukar mata uang, mengubah PIN.

Cara mengakses *mobile banking* ada 3, tergantung dari kompatibilitas *handphone*/telepon seluler. Pertama, *mobile banking* dapat diakses melalui fasilitas dari menu yang ada di *SIM Card*. Kedua, *mobile banking* dapat dilakukan melalui media SMS banking. Ketiga atau yang terakhir, beberapa lembaga perbankan telah menyediakan aplikasi perangkat lunak yang dapat diunduh ditelepon seluler yaitu *smartphone*. Layanan tersebut dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja tanpa harus mengunjungi bank secara fisik.

2.4 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang lebih dahulu dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada 1980.

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/*user* suatu sistem informasi.

Model TAM sebenarnya diadopsi dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*) yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan

persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi pengguna Teknologi Informasi (TI) akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah persepsi pengguna terhadap kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) TI sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam konteks pengguna teknologi, sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan TI menjadikan tindakan/perilaku orang tersebut sebagai tolak ukur dalam penerimaan sebuah teknologi.

2.5 Formulasi Hipotesis

2.5.1 Kebermanfaatan

Menurut Davis (1989) persepsi manfaat (*usefulness*) didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Menurut Jogiyanto (2005) persepsi manfaat penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Konsep-konsep tersebut menggambarkan manfaat teknologi (dalam hal ini yaitu *mobile banking*) bagi penggunanya terkait dengan produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, pentingnya suatu tugas, dan kebermanfaatan secara keseluruhan (*overall usefulness*).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi yang dapat meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi

penggunanya. Dengan demikian, jika seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi *mobile banking* dapat mendatangkan manfaat baik itu dapat berupa peningkatan kinerja atau keuntungan bagi dirinya, maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi *mobile banking* kurang bermanfaat maka dia tidak akan menggunakannya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agustine Tri Herdia (2013), Francisca Paramita Kusumaningrum (2013), dan Zuama Yuko Prayuba (2013) di berbagai daerah yang berbeda menyimpulkan *mobile banking* memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hasil-hasil yang sama dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan terhadap minat menggunakan *mobile banking* menarik untuk dilakukan selain di daerah ketiga penelitian tersebut. Apakah hasilnya tetap sama atau berbeda yaitu berpengaruh positif signifikan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.

2.5.2 Kemudahan

Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan (*ease of use*) teknologi sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tersebut tidak memerlukan usaha yang keras. Menurut Jogiyanto (2007) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha.

Persepsi kemudahan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu tidak diperlukan usaha yang keras. Meskipun usaha dari setiap orang berbeda-beda tetapi pada dasarnya untuk menghindari penolakan dari penggunaan teknologi yang dikembangkan, maka teknologi tersebut harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang keras. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan suatu teknologi juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan

Berdasarkan konsep tersebut bahwa kemudahan penggunaan teknologi pada *mobile banking* dimaksudkan agar nasabah dapat menggunakan layanan dengan mudah dipahami serta mudah pengaplikasiannya tanpa menggunakan usaha yang rumit. Dengan adanya hal tersebut, maka nasabah dapat dengan baik dan senang melakukan transaksi menggunakan layanan *mobile banking* dengan mudah pengaplikasiannya. Semakin mudah pengaplikasian teknologi *mobile banking* maka akan menimbulkan minat nasabah untuk menggunakan teknologi tersebut.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan teknologi *mobile banking*. Zuama Yuko P (2013) dan Wahyu Dewi R (2013) mendapatkan hasil yang sama, yaitu persepsi kemudahan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.

2.5.3 Kepercayaan

Seiring maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun, faktor kepercayaan (*trust*) menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *mobile banking* dalam transaksi perbankan. Konsep kepercayaan yang dimaksud yaitu nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank yang dapat menjamin keamanan (*security*) dan kerahasiaan (*privacy*) akun nasabah. Jaminan keamanan berarti bahwa penggunaan sistem teknologi informasi itu aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan risiko pencurian (*hacking*) rendah. Sedangkan jaminan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna (seperti kerahasiaan user id, password, akun pribadi, dll) terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya.

Kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada rasa kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya. Maka dari itu, semakin percaya nasabah pada sistem keamanan dan sistem kerahasiaan dari layanan *mobile banking* akan membuat nasabah semakin sering menggunakan layanan *mobile banking*.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan teknologi *mobile banking*. Zuama Yuko P (2013), Wahyu Dewi R (2013) mendapatkan hasil yang sama, yaitu persepsi kepercayaan memberikan pengaruh signifikan terhadap

minat. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.

2.5.4 Keterbukaan Informasi

Menurut UU Nomor 14 Tahun 2008, bahwa keterbukaan informasi publik merupakan sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan Badan Publik lainnya dan segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik. Badan Publik yang dimaksud dalam hal ini adalah lembaga perbankan.

Informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang untuk pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya. Dalam hal ini, nasabah berhak memperoleh informasi perbankan melalui layanan *mobile banking* yang disediakan oleh pihak bank. Prinsip dasar keterbukaan berhubungan dengan kualitas informasi yang disajikan oleh pihak bank.

Kepercayaan nasabah akan sangat tergantung dengan kualitas informasi yang disampaikan pihak bank sehingga akan memicu minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *mobile banking*. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang jelas, akurat, tepat waktu dan dapat dibandingkan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agustine Tri Herdia (2013), Francisca Paramita Kusumaningrum (2013), dan Wahyu Dewi Ratih (2013) di berbagai daerah yang berbeda menyimpulkan *mobile banking* memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hasil-hasil yang sama dalam penelitian

tersebut menunjukkan bahwa persepsi keterbukaan informasi terhadap minat menggunakan *mobile banking* menarik untuk dilakukan selain di daerah ketiga penelitian tersebut. Apakah hasilnya tetap sama atau berbeda yaitu berpengaruh positif signifikan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₄ : Keterbukaan informasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.

2.5.5 Biaya

Biaya merupakan pengorbanan atau pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau perorangan yang bertujuan untuk memperoleh manfaat lebih dari aktivitas yang dilakukan tersebut (Raharjaputra, 2009). Biaya menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi nasabah untuk menggunakan fasilitas yang disediakan oleh pihak bank. Walaupun ada beberapa orang yang tidak terlalu memperdulikan terhadap biaya yang akan ditanggungnya.

Biaya yang dikeluarkan oleh pihak bank, biaya provider atau pulsa, dan biaya internet adalah konsekuensi dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dengan adanya *mobile banking*, maka pihak nasabah dapat melakukan transaksi dengan efisien dan efektif karena nasabah dapat langsung melakukan transaksi tanpa harus mendatangi kantor cabang bank tersebut. Apabila para nasabah merasa biaya yang digunakan untuk mengakses *mobile banking* dapat diterima maka faktor tersebut dapat mempengaruhi para nasabah untuk mengaplikasikan *mobile banking* semakin besar. Semakin rendah biaya transaksi *mobile banking*

yang ditanggung oleh nasabah, maka semakin tinggi minat yang muncul untuk menggunakan *mobile banking*.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh persepsi biaya terhadap minat nasabah dalam menggunakan teknologi *mobile banking*. Wahyu Dewi R (2013) dan Agustine Tri H (2013) mendapatkan hasil yang sama, yaitu persepsi biaya memberikan pengaruh signifikan terhadap minat. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₅ : Biaya berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*

2.5.6 Ketersediaan Jaringan

Suatu sistem yang dirancang canggih dan modern belum tentu menjamin sistem tersebut berjalan dengan lancar tanpa ada suatu kendala. Berjalan atau tidaknya suatu sistem dipengaruhi oleh beberapa hal. Faktor ketersediaan jaringan merupakan salah satu kendala apakah sistem tersebut (dalam hal ini yaitu *mobile banking*) akan berjalan dengan baik atau tidak.

Sistem *mobile banking* akan dapat digunakan apabila pada lingkungan yang akan diterapkan sistem tersebut terdapat jaringan telepon dan internet. Sangat mustahil apabila sistem yang dirancang sedemikian rupa, namun tidak tersedia jaringan yang layak untuk berjalannya sistem tersebut.

Apabila terdapat jaringan yang memadai untuk mengaplikasikan *mobile banking*, maka dapat mendorong minat para nasabah untuk menerapkan sistem tersebut. Terlebih lagi jika sistem tersebut berjalan tanpa hambatan apapun. Maka akan semakin tinggi minat para nasabah untuk menggunakan *mobile banking*..

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Francisca Paramita Kusumaningrum (2013), Nurul Wakhidah (2013) dan Zuama Yuko Prayuba (2013) di berbagai daerah yang berbeda menyimpulkan *mobile banking* memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hasil-hasil yang sama dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi ketersediaan jaringan terhadap minat menggunakan *mobile banking* menarik untuk dilakukan selain di daerah ketiga penelitian tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₆ : Ketersediaan jaringan berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*

2.5.7 Penggunaan Teknologi

Perkembangan teknologi pada awal abad 21 mengalami kenaikan yang sangat cepat. Inovasi-inovasi bidang teknologi yang tiada henti untuk memenuhi kebutuhan para penggunanya. Tidak terkecuali inovasi pada teknologi *mobile banking* pada dunia perbankan. Sekarang para nasabah tidak harus mengunjungi bank untuk melakukan kegiatan perbankan. Cukup hanya dengan menggunakan ponsel/*smartphone* yang memiliki koneksi internet, segala kegiatan perbankan bisa dilakukan.

Dalam menggunakan teknologi *mobile banking* juga diperlukan keahlian/kemampuan untuk menggunakan teknologi ini agar merasakan manfaatnya. Suatu teknologi tidak akan berguna atau berfungsi secara semestinya apabila para pengguna tidak dapat memanfaatkan teknologi tersebut dengan baik.

Kemampuan para nasabah terhadap pengoperasian teknologi sangat penting demi berjalannya teknologi tersebut. Para nasabah yang dapat mengoperasikan layanan *mobile banking*, akan mendorong keinginan untuk menggunakan *mobile banking* untuk bertransaksi. Semakin tinggi tingkat kemampuan penguasaan teknologi *mobile banking* seorang pengguna, maka semakin tinggi minat untuk menggunakan *mobile banking*.

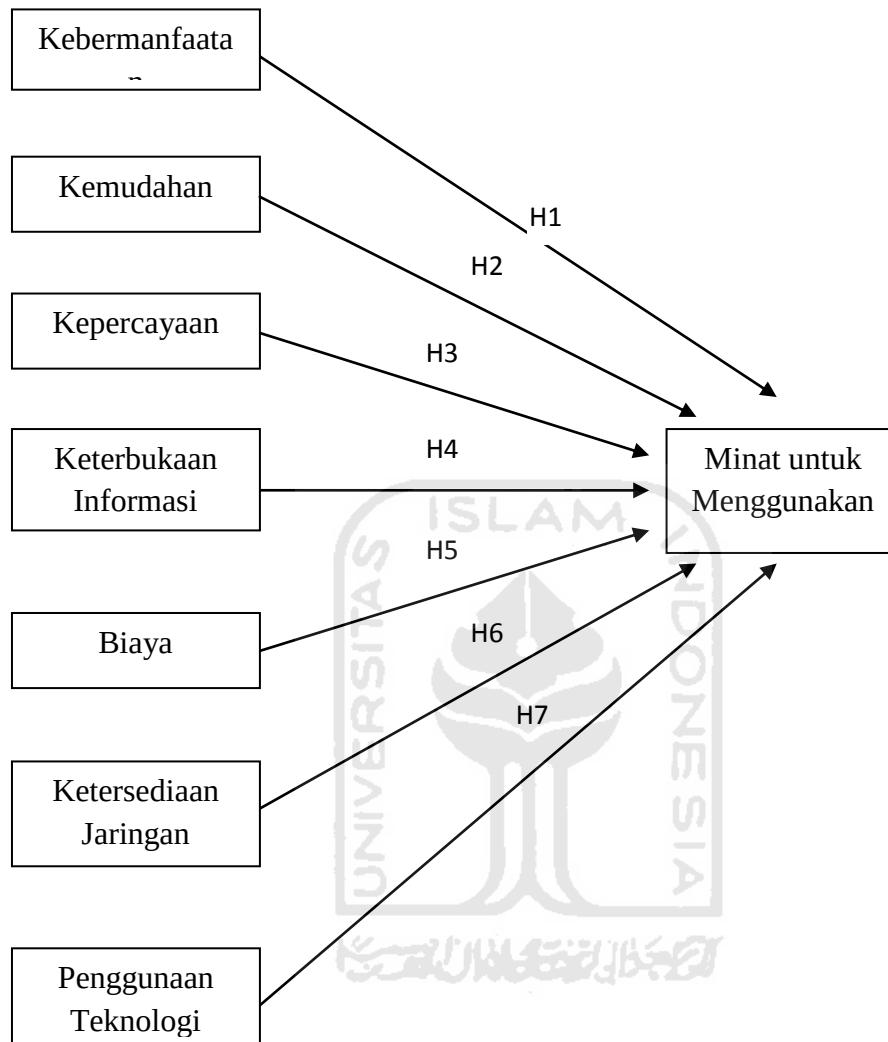
Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh persepsi biaya terhadap minat nasabah dalam menggunakan teknologi *mobile banking*. Nurul Wakhidah (2013) dan Zuama Yuko P (2013) mendapatkan hasil yang sama, yaitu penggunaan teknologi memberikan pengaruh signifikan terhadap minat. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₇ : Penggunaan teknologi berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.

2.6 Kerangka Penelitan dan Hipotesis Penelitian

Dari pengembangan hipotesis di atas, maka dapat dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian



Hipotesis penelitian :

- H₁ : Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.
- H₂ : Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.
- H₃ : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.
- H₄ : Keterbukaan informasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.
- H₅ : Biaya berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.
- H₆ : Ketersediaan jaringan berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.
- H₇ : Penggunaan teknologi berpengaruh positif terhadap minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah keseluruhan dari obyek penelitian yang akan diteliti. Populasi sebagai kumpulan atau agregasi dari seluruh elemen-elemen atau individu yang merupakan sumber informasi dalam suatu penelitian. Sampel adalah bagian atau wakil dari populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasinya (Syamsul Hadi, 2009).

Berdasarkan definisi tersebut, maka populasi dari penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan. Sampel penelitiannya adalah di desa Tokerten (Kecamatan Melati, Kelurahan Sumberadi, Kabupaten Sleman, DIY) dan desa Njingin (Kecamatan Seyegan, Kelurahan Margomulyo, Kabupaten Sleman, DIY) dengan alasan antara lain masih jarang ditemukan ATM dan masih banyak dijumpai area persawahan.

3.2. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Sampel

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari penyebaran kuisisioner kepada koresponden/objek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2008) “Angket atau kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. *Accidental Sampling* adalah pengambilan sampel yang begitu saja secara tiba-tiba tanpa menggunakan pola tertentu atau sampel diperoleh secara kebetulan (Syamsul Hadi, 2009). Dalam penelitian ini, data

diambil dengan cara menyebarkan kuisioner atau angket yang telah memenuhi kriteria. Kriteria yang telah ditetapkan tersebut yaitu masyarakat yang telah menjadi nasabah bank baik yang telah menggunakan atau belum menggunakan layanan *mobile banking*.

3.3. Variabel Penelitian

Menurut Sugiarto (2001), Pengertian variabel adalah karakter yang dapat diobservasi dari unit amatan yang merupakan suatu pengenal atau atribut dari sekelompok objek. Maksud dari variabel tersebut adalah terjadinya variasi antara objek yang satu dengan objek yang lainnya dalam kelompok tertentu. Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Variabel Independen (Variabel Bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel Independen disebut juga dengan variabel perlakuan, kausa, risiko, variabel stimulus, antecedent, variabel pengaruh, treatment, dan variabel bebas. Dapat dikatakan variabel bebas karena dapat mempengaruhi variabel lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, keterbukaan informasi, biaya, ketersediaan jaringan dan penguasaan teknologi.
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat) adalah variabel yang dipengaruhi, akibat dari adanya variabel bebas. Dikatakan sebagai variabel terikat karena variabel terikat dipengaruhi oleh variabel independen (variabel bebas). Variabel Dependen disebut juga dengan variabel terikat, variabel output, Konsekuensi, variabel tergantung, kriteria, variabel terpengaruh, dan

variabel efek. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan *mobile banking*.

Variabel-variabel ini diukur dengan menggunakan *skala likert* yang setiap item pertannyaan diukur dengan skala -2,-1,1 dan 2. Dalam penelitian ini menghilangkan skala 0 untuk menghindari keragu-raguan dari koresponden. Berikut ini pengukuran yang dilakukan dari setiap item pertanyaan:

Tabel 3.1. Kriteria Pengukuran Variabel

Jawaban	Kode	Bobot
Sangat Tidak Setuju	STS	-2
Tidak Setuju	TS	-1
Setuju	S	1
Sangat Setuju	SS	2

3.3.1 Minat

Minat diartikan sebagai suatu keinginan, kemauan atau kesenangan untuk melakukan suatu hal kegiatan. Minat untuk menggunakan (*intention of use*) dapat didefinisikan sebagai bentuk keinginan individu atau nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dimasa depan. Minat dapat muncul karena beberapa faktor. Dalam penelitian ini faktor faktor yang mempengaruhi yaitu variabel kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, ketebukaan informasi, biaya, ketersediaan jaringan, dan penguasaan teknologi.

Variabel minat diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan yang sama dengan penelitian terdahulu mengenai ketertarikan untuk menggunakan fasilitas

mobile banking, pemakaian fasilitas *mobile banking* dalam bertransaksi, apakah responden menyarankan fasilitas *mobile banking* kepada orang lain, apakah responden menggunakan *mobile banking* secara rutin, dan apakah responden lebih suka mengunjungi gerai bank daripada menggunakan *mobile banking*.

3.3.2 Persepsi Kebermanfaatan

Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut Davis (1989). Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan persepsi kebermanfaatan sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas *mobile banking* dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan fasilitas tersebut.

Variabel kebermanfaatan diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan yang sama dengan penelitian terdahulu mengenai penghematan waktu dalam bertransaksi, kemudahan dalam melakukan kegiatan perbankan (transfer uang, pembayaran tagihan, cek saldo, dll), membantu menyelesaikan kegiatan perbankan dengan lebih cepat, apakah lebih cepat dibandingkan dengan mengunjungi gerai bank, membantu menyelesaikan kegiatan bisnis, dan membantu menyelesaikan kegiatan keuangan pribadi.

3.3.3 Persepsi Kemudahan

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

Variabel Kemudahan diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan yang sama dengan penelitian terdahulu mengenai pemahaman setiap instruksi yang ada di fasilitas *mobile banking*, kemudahan menggunakan *mobile banking*, ketidakmampuan dalam menggunakan *mobile banking*, dan kemudahan komunikasi antara pihak bank dan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

3.3.4 Persepsi Kepercayaan

Persepsi kepercayaan merupakan faktor penting dalam penggunaan *mobile banking*. Didefinisikan sebagai keyakinan yang memungkinkan individu dengan sukarela untuk menjadi pelanggan terhadap penyedia layanan *mobile banking* setelah mempertimbangkan karakteristik dari penyedia layanan *mobile banking* dari segi keamanan dan kerahasiaan akun nasabah.

Variabel kepercayaan diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan yang sama dengan penelitian terdahulu mengenai ketidakkhawatiran memberikan

informasi keuangan, kepercayaan terhadap bank bahwa tidak akan melakukan kecurangan terkait transaksi *mobile banking*, keyakinan bahwa pihak bank akan menanggung kerugian nasabah apabila terjadi kesalahan (*fraud*) pada layanan *mobile banking*, keyakinan pada pihak bank untuk menggunakan standar teknologi yang baik, keyakinan bahwa transaksi *mobile banking* tidak mengandung resiko, dan menggunakan reputasi bank dalam mempertimbangkan penggunaan *mobile banking*.

3.3.5 Persepsi Keterbukaan Informasi

Persepsi keterbukaan informasi yaitu pihak bank memberikan proses pelayanan fasilitas *mobile banking* yang wajib diinformasikan secara terbuka/transparan agar mudah diketahui dan difahami oleh nasabah, baik diminta maupun tidak diminta.

Variabel keterbukaan informasi diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan yang sama dengan penelitian terdahulu mengenai pihak bank mendengarkan pendapat dari para nasabahnya, pihak bank akan menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah melalui *mobile banking*, pihak bank akan memberikan informasi terkini melalui *mobile banking*, dan pihak bank bersikap transparan jika ada biaya yang harus ditanggung nasabah.

3.3.6 Persepsi Biaya

Persepsi biaya mengenai pihak bank dalam menetapkan biaya pelayanan umum secara wajar menurut kondisi dan kemampuan masyarakat secara umum. Variabel biaya diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan yang sama dengan penelitian terdahulu mengenai biaya *mobile banking* yang menjadi pertimbangan

utama untuk menggunakannya, biaya transaksi *mobile banking* yang tidak memberatkan nasabah, dan biaya transaksi *mobile banking* yang lebih rendah dari ada mengunjung gerai bank.

3.3.7 Persepsi Ketersediaan Jaringan

Persepsi ketersediaan jaringan berarti keterkaitan dengan kemampuan akses suatu sistem. Jika suatu sistem semakin mudah diakses, maka semakin sedikit usaha yang diperlukan untuk menggunakan sistem tersebut.

Varibel ketersediaan jaringan diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan yang sama dengan penelitian terdahulu mengenai kualitas jaringan telepon, kualitas jaringan internet, kualitas sinyal yang baik, kemudahan mengakses *mobile banking* di tempat tinggal, kemudahan mengakses *mobile banking* tanpa kendala di tempat tinggal, dan keberadaan jaringan internet untuk memudahkan menggunakan *mobile banking*.

3.3.8 Persepsi Penggunaan Teknologi

Persepsi penggunaan teknologi berarti kemampuan para pengguna dalam mengoperasikan teknologi yang berkaitan dengan sistem tertentu. Variabel ini diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan yang sama dengan penelitian terdahulu mengenai kemampuan mengoperasikan *handphone* (HP) untuk pelayanan *mobile banking*, mengetahui fitur-fitur yang tersedia pada *handphone* (HP), nasabah mengetahui fungsi internet, dan nasabah dapat mengoperasikan *mobile banking*.

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Deskriptif Statistik

Deskriptif statistik memberikan gambaran data secara umum yang akan dianalisa. Hal-hal yang biasanya dipaparkan di sini antara lain mean, median, modus, standar deviasi, standar error, kurtosis, skewness (Syamsul Hadi, 2007). Deskriptif statistik digunakan untuk memberikan gambaran data penelitian secara lebih terperinci dan jelas. Fokus paparan deskripsi biasanya adalah berhubungan dengan homogenitas dan normalitas data.

3.4.2 Uji Data

3.4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (content) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan yang ada dalam setiap variabel untuk mengetahui tingkat kevalidan setiap pertanyaan terhadap variabel penelitian. Pada uji validitas suatu instrumen dapat dinyatakan valid jika koefisien validitasnya di atas nilai r-tabel 5% dengan tingkat signifikansi $< 5\%$ atau $p < 0,05$ (Supardi, 2005).

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih (Supardi, 2005). Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran terhadap hal yang sama untuk dua kali atau lebih dengan alat pengukur yang sama.

Untuk mengukur Reliabilitas dilakukan dengan uji *Cronbach's Alpha*.

Rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{n}{(n-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan: r^{11} = reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t^2 = varians total

Kategori koefisien realibilitas menurut Guilford (1956) adalah sebagai berikut :

- Jika alpha antara 0,90 s.d 1,00 maka reliabilitas sangat tinggi
- Jika alpha antara 0,70 s.d 0,90 maka reliabilitas tinggi
- Jika alpha antara 0,40 s.d 0,70 maka reliabilitas moderat/sedang
- Jika alpha antara 0,20 s.d 0,40 maka reliabilitas rendah
- Jika alpha < 0,20 maka realibilitas sangat rendah dan dapat diabaikan

3.4.3 Uji Model

3.4.3.1 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2005), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linier sederhana tidak efisien dan akurat, juga mengakibatkan penggunaan

metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (koefisien) regresi akan terganggu.

Gasperz, Vincent (1991) mengatakan bahwa heteroskedastisitas dapat mengakibatkan pendugaan parameternya tidak efisien sehingga tidak mempunyai ragam minimum. Karena pendugaan parameter dianggap efisien karena memiliki ragam yang minimum, sehingga ragam galat bersifat konstan atau disebut juga bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Salah satu usaha untuk mengatasi heteroskedastisitas ini dapat dilakukan dengan mentransformasikan variabel-variabelnya, baik variabel bebas, variabel tidak bebas maupun keduanya agar asumsi homoskedastisitas terpenuhi.

Dampak yang akan terjadi apabila terdapat keadaan heteroskedastisitas adalah sulit mengukur standart deviasi yang sebenarnya, dapat menghasilkan standart deviasi yang terlalu lebar maupun terlalu sempit. Jika tingkat error dari varians terus bertambah, maka tingkat kepercayaan akan semakin sempit. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Metode pengujian yang digunakan yaitu:

- Uji Glesjer

Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.4.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2005), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar satu atau semua variabel bebas (independen). Secara konsep, multikolinearitas adalah situasi dimana terdapat dua variabel bebas yang saling berkorelasi. Adanya hubungan diantara variabel bebas adalah hal yang tak bisa dihindari dan memang diperlukan agar regresi yang diperoleh bersifat valid. Namun, hubungan yang bersifat linier harus dihindari karena akan menimbulkan gagal estimasi (multikolinearitas sempurna) atau sulit dalam inferensi (multikolinearitas tidak sempurna).

Gujarati dalam Mudrajat Kuncoro (2007) mengatakan jika di dalam pengujian ternyata didapatkan sebuah kesimpulan bahwa antara variable independent tersebut saling terikat (di atas 0,800), maka pengujian tidak dapat dilakukan kedalam tahapan selanjutnya yang disebabkan oleh tidak dapat ditentukannya koefisien regresi variable tersebut tidak dapat ditentukan dan juga nilai standard errornya menjadi tak terhingga. Kriteria multikolinieritas yang digunakan menurut Sarwono (2006) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2. Kriteria Korelasi

Nilai Korelasi	Kriteria
0	Tidak ada korelasi
$>0 - 0,25$	Korelasi sangat lemah
$>0,25 - 0,5$	Korelasi cukup
$>0,5 - 0,75$	Korelasi kuat
$>0,75 - 0,99$	Korelasi sangat kuat

3.4.3.3 Analisis Regresi Berganda

Menurut Syamsul Hadi (2007), regresi linier berganda adalah analisis regresi yang menjelaskan hubungan antara peubah respon (variabel dependen) dengan faktor-faktor yang mempengaruhi lebih dari satu prediktor (variabel independen). Tujuan analisis regresi linier berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan membuat prediksi perkiraan nilai X atas Y. Dalam regresi linier berganda variabel tak bebas (Y) tergantung kepada dua atau lebih variabel bebas (X) . Bentuk persamaan regresi linier berbanda dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + \beta X_5 + \beta X_6 + \beta X_7 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Minat

X1 = Kebermanfaatan

X2 = Kemudahan

X3 = Kepercayaan

X4 = Keterbukaan Informasi

X5 = Biaya

X6 = Ketersediaan Jaringan

X7 = Penggunaan Teknologi

α = Konstanta

β = *Coefficients*

ϵ = Error

3.4.3.4 Koefisien Determinasi

Menurut Syamsul Hadi (2007), *Koefisien Determinasi* atau *Adjusted R Square* digunakan untuk mencari seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan secara keseluruhan variabel dependen. *Koefisien determinasi* mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel dependen.

3.4.3.5 Uji F (*Model Error*)

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji model/uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan.

Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, (H_0 di tolak H_a diterima) maka model signifikan atau bisa dilihat dalam kolom signifikansi pada Anova. Model signifikan selama kolom signifikansi (%) < Alpha (kesiapan berbuat salah tipe 1, yang menentukan peneliti sendiri, ilmu sosial biasanya paling besar alpha 10%, atau 5% atau 1%). Dan sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka model tidak signifikan, hal ini juga ditandai nilai kolom signifikansi (%) akan lebih besar dari alpha.

3.4.3.6 *Missing Variable*

Nilai signifikansi konstanta menunjukkan adanya variable yang terlewat secara keseluruhan. Agar sebuah model masuk dalam kategori baik, maka nilai signifikansi atas konstanta harus tidak signifikan (Syamsul Hadi, 2009).

3.4.3.7 Uji t

Uji t digunakan dalam pengujian hipotesis untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan dari masing-masing variabel dependen terhadap variabel independen. Kriteria signifikansi untuk masing-masing variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.3. Kriteria Signifikansi

P-value	Arti
>10%	Tidak signifikan
5% s/d 10%	Signifikan lemah
1% s/d 4,999%	Signifikan Moderat
<1%	Signifikan kuat

Sumber : Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan,

Syamsul Hadi 2009.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Responden

Analisis karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran tentang responden, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama ataukah tidak. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari nasabah bank yang tinggal di daerah pedesaan yang telah menggunakan atau yang belum menggunakan *mobile banking*. Sampel penelitian di desa Tokerten, Kecamatan Melati, Kelurahan Sumberadi, Kabupaten Sleman, DIY dan di desa Njingin, Kecamatan Seyegan, Kelurahan Margomulyo, Kabupaten Sleman, DIY. Dari 120 kuisisioner yang disebar, sejumlah 6 kuisisioner tidak kembali, 114 kuisisioner kembali, 14 kuisisioner tidak layak dianalisa atau diolah, sehingga 100 kuisisioner dapat dianalisa atau diolah.

4.1.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 100 responden diperoleh data tentang jenis kelamin responden penelitian. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	55	55%
Perempuan	45	45%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui dari 100 responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 55 orang (55%), sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 45 orang (45%). Hal tersebut menunjukkan bahwa *mobile banking* digunakan oleh semua kalangan baik laki-laki maupun perempuan. Hal ini dapat dikarenakan oleh adanya kemajuan teknologi yang sangat pesat sehingga semua kalangan dapat menerima teknologi ini. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada bias gender. Karena, sampel sudah mewakili baik laki-laki maupun perempuan.

4.1.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan menentukan obyek. Dari hasil perolehan data pada 100 responden yang menjawab kuesioner, klasifikasi interval usia dapat ditunjukkan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase
16-25	36	36%
26-35	24	24%
36-45	18	18%
>46	22	22%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Dari Tabel 4.2 dapat menyatakan bahwa pengguna sistem *mobile banking* mayoritas berusia 16-25 tahun berjumlah 36 atau 36% dan yang paling sedikit menggunakan jasa *mobile banking* usia 36-45 tahun. Usia 16-25 tahun adalah usia dimana seseorang biasanya masih berada pada tahap awal kerja atau karier. Dimana pada awal-awal karier, mereka biasanya bertugas sebagai pelaksana lapangan yang sering disuruh-suruh oleh atasannya dalam melaksanakan kepentingan perusahaan, salah satunya dalam urusan perbankan seperti pembayaran rekening listrik, pembayaran telepon, pembayaran kepada klien dan lain-lain. Pekerjaan atau urusan perbankan yang seperti ini jika dilakukan secara manual dengan datang langsung ke bank maupun datang langsung ke tempat klien akan memerlukan proses dan waktu yang sangat panjang, padahal waktu yang mereka miliki sangatlah terbatas, sehingga jika mereka tetap melakukan pekerjaan tersebut secara manual maka waktu yang mereka gunakan akan terbuang sia-sia. Namun, dengan adanya teknologi *mobile banking* ini, mereka dapat langsung melakukan transaksi tersebut melalui ponsel maupun internet tanpa datang dan

mengantri ke bank. Yang perlu mereka lakukan hanya memasukkan nomor PIN dan kemudian melakukan transfer sesuai kebutuhan mereka. Teknologi ini dapat mereka gunakan dari mana saja dan kapan saja. Karena teknologi *mobile banking* dapat digunakan selama 24 jam setiap hari. Selain itu, mereka tidak perlu lagi membawa uang tunai dalam jumlah yang besar guna pembayaran tunai kepada supplier. Sehingga, mereka tidak perlu lagi menghabiskan waktu yang mereka miliki untuk melakukan transaksi perbankan maupun pembayaran kepada klien. Karena, sekarang mereka dapat menikmati teknologi yang mudah digunakan, lebih praktis dan lebih cepat.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen karena dengan pendidikan yang baik seseorang mampu menggunakan teknologi salah satunya adalah *mobile banking*. Dari hasil perolehan data pada 100 responden yang menjawab kuesioner, klasifikasi pendidikan dapat ditunjukkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
Sarjana	23	23%
Diploma	6	6%
SMU dan yang sederajat	48	48%
SMP dan yang sederajat	17	17%
SD	6	6%
Lain-lain	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Dari Tabel 4.3 dapat menyatakan bahwa pengguna sistem *mobile banking* mayoritas berpendidikan SMU/Sedeajat berjumlah 48 atau 48%. Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian responden memiliki pengetahuan menengah ke atas sehingga mereka dengan mudah dan cepat dalam menggunakan *mobile banking*.

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari hasil perolehan data pada 100 responden yang menjawab kuesioner, berdasarkan pekerjaan yang diketahui dapat ditunjukkan pada Tabel 4.4

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
PNS	15	15%
Wiraswasta	8	8%
Karyawan Swasta	27	27%
Buruh	10	10%
Petani	5	5%
Ibu Rumah Tangga	19	19%
Pelajar	8	8%
Mahasiswa	5	5%
Lain-lain	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Dari Tabel 4.4 dapat menyatakan bahwa pengguna sistem *mobile banking* mayoritas bekerja sebagai karyawan swasta yang berjumlah 27 atau 27%. Hasil ini mengindikasikan bahwa *mobile banking* dapat diterima di semua kalangan dari kalangan pelajar sampai kalangan pegawai swasta

4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan Mobile Banking

Dari hasil perolehan data pada 100 responden yang menjawab kuesioner, berdasarkan pekerjaan yang diketahui dapat ditunjukkan pada Tabel 4.5

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan Mobile Banking

Layanan	Jumlah	Presentase
Phone	53	30%
SMS	84	47%
Internet	41	23%
Jumlah	178	100%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Dari Tabel 4.5 dapat menyatakan bahwa pengguna sistem *mobile banking* mayoritas menggunakan layanan SMS banking berjumlah 84 pengguna atau 47%. Hasil ini mengindikasikan bahwa layanan *mobile banking* yang paling banyak diminati pengguna adalah SMS banking.

4.2 Deskriptif Statistik

Deskriptif statistik atas data yang akan dianalisa perlu disampaikan untuk memberikan gambaran tentang data penelitian secara umum kepada para pembaca laporan. Fokus paparan deskripsi adalah berhubungan dengan homogenitas dan normalitas data. Berikut ini adalah tabel hasil deskriptif statistik secara keseluruhan:

Tabel 4.6**Hasil Statistik Deskriptif**

	Kebermanfaatan (X1)	Kemudahan (X2)	Kepercayaan (X3)	Keterbukaan Informasi (X4)	Biaya (X5)	Ketersediaan Jaringan (X6)	Penggunaan Teknologi (X7)	Minat (Y)
Mean	1,063333	0,58	0,471667	0,86	0,646667	0,661667	0,714	0,312
Standard Error	0,061809	0,083324	0,070753	0,056443	0,077968	0,076228	0,065397	0,077189
Median	1	1	0,5	1	1	1	1	0,2
Mode	1	1	0,333333	1	1	1	1	1
Standard Deviation	0,618087	0,833242	0,707525	0,564434	0,77968	0,762275	0,653973	0,77189
Kurtosis	3,323915	-0,65572	-0,48239	1,944505	-0,32634	0,170812	0,855613	-0,70624
Skewness	-1,42868	-0,71351	-0,30565	-1,2204	-0,68983	-1,0119	-0,85661	-0,18018
Minimum	-1	-1	-1,16667	-1	-1,33333	-1,5	-1,2	-1,6
Maximum	2	2	2	2	2	1,833333	2	2

Sumber : Data Diolah 2016

Dari Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata semua independen variabel memiliki nilai yang tinggi, yaitu diatas 0,4. Nilai tertinggi ada pada kebermanfaatan yaitu sebesar 1,063333, dan sebaliknya nilai terendah ada pada kepercayaan yaitu sebesar 0,471667. Hal ini menunjukkan lebih banyak responden yang menyatakan bahwa layanan *mobile banking* bermanfaat dan bahkan sangat bermanfaat. Nilai rata-rata terendah adalah pada variabel kepercayaan dengan nilai 0,471667, walaupun nilainya mendekati 0,5 tetapi dibanding variabel yang lain responden mengatakan nilai kepercayaan adalah yang paling kecil sehingga tidak terlalu berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

Jika dilihat dari homogenitas data, ternyata kebermanfaatan memiliki tingkat homogenitas yang paling tinggi, dan yang paling heterogen adalah

kepercayaan. Dari kedua parameter tersebut, dapat dikatakan bahwa responden setuju bahwa *mobile banking* bermanfaat bagi responden, sedangkan kepercayaan lebih bervariasi karena sebagian responden ada yang mengatakan percaya terhadap *mobile banking* dan sebagian lagi ada yang mengatakan tidak percaya terhadap *mobile banking*. Homogenitas data juga dinilai oleh nilai kurtosis dimana nilai tertinggi ada pada kebermanfaatan dan nilai terendah ada pada kemudahan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki data yang paling tidak homogen dibanding dengan variabel-variabel yang lain walaupun nilai rata-rata kemudahan masih masuk dalam kelompok aman yaitu sebesar 0,58. Dilihat dari sisi normalitas data, variabel yang distribusinya paling normal adalah kepercayaan dengan nilai -0,30565, sedangkan nilai tertinggi ada pada kebermanfaatan dengan nilai -1,42868

4.3 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Microsoft Excel 2007. Hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	Pearsons's Correlations	r tabel	Keterangan
Kebermanfaatan			
Butir 1	0,841	0,195	Valid
Butir 2	0,719	0,195	Valid
Butir 3	0,786	0,195	Valid
Butir 4	0,779	0,195	Valid
Butir 5	0,741	0,195	Valid
Butir 6	0,769	0,195	Valid
Kemudahan			
Butir 1	0,840	0,195	Valid
Butir 2	0,843	0,195	Valid
Butir 3	0,866	0,195	Valid

Butir 4	0,793	0,195	Valid
Kepercayaan			
Butir 1	0,742	0,195	Valid
Butir 2	0,737	0,195	Valid
Butir 3	0,633	0,195	Valid
Butir 4	0,621	0,195	Valid
Butir 5	0,679	0,195	Valid
Butir 6	0,608	0,195	Valid
Keterbukaan informasi			
Butir 1	0,659	0,195	Valid
Butir 2	0,708	0,195	Valid
Butir 3	0,809	0,195	Valid
Butir 4	0,711	0,195	Valid
Biaya			
Butir 1	0,678	0,195	Valid
Butir 2	0,781	0,195	Valid
Butir 3	0,794	0,195	Valid
Ketersediaan Jaringan			
Butir 1	0,789	0,195	Valid
Butir 2	0,859	0,195	Valid
Butir 3	0,857	0,195	Valid
Butir 4	0,851	0,195	Valid
Butir 5	0,773	0,195	Valid
Butir 6	0,607	0,195	Valid
Penggunaan Teknologi			
Butir 1	0,754	0,195	Valid
Butir 2	0,684	0,195	Valid
Butir 3	0,762	0,195	Valid
Butir 4	0,633	0,195	Valid
Butir 5	0,731	0,195	Valid
Minat			
Butir 1	0,631	0,195	Valid
Butir 2	0,741	0,195	Valid
Butir 3	0,711	0,195	Valid
Butir 4	0,789	0,195	Valid
Butir 5	0,798	0,195	Valid

Sumber : Data Diolah 2016

Berdasarkan tabel 4.7 di atas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner disemua variabel bebas (kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, keterbukaan informasi, biaya, ketersediaan jaringan, penggunaan teknologi) maupun variabel terikat (minat penggunaan *mobile banking*) adalah valid. Karena setiap butir pertanyaan dalam kuesioner memiliki

nilai r hitung $>$ r tabel (0,195). Dengan demikian, item-item pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner telah memenuhi syarat valid dan dapat diikutsertakan dalam analisis data selanjutnya pada penelitian ini.

4.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap seluruh item pertanyaan yang dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program *Microsoft Excel 2010*. Adapun hasil pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kebermanfaatan	0,860	Reliabilitas tinggi
Kemudahan	0,856	Reliabilitas tinggi
Kepercayaan	0,755	Reliabilitas tinggi
Keterbukaan Informasi	0,861	Reliabilitas tinggi
Biaya	0,608	Reliabilitas moderat
Ketersediaan Jaringan	0,880	Reliabilitas tinggi
Penggunaan Teknologi	0,760	Reliabilitas tinggi
Minat	0,787	Reliabilitas tinggi

Sumber : Data Diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel kebermanfaatan, dan ketersediaan jaringan tergolong dalam tingkat reliabilitas baik karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* yang terletak pada kisaran 0,8-1.

Sedangkan untuk variabel kemudahan, kepercayaan, biaya, keterbukaan informasi, penggunaan teknologi, dan minat tergolong dalam tingkat reliabilitas diterima karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* yang terletak pada kisaran 0,6-0,79. Dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner untuk mengukur masing-masing variabel penelitian dapat diandalkan atau reliabel, karena semua variabel bebas maupun terikat memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang disyaratkan.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinearitas menggunakan koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

	Kebermanfaatan (X1)	Kemudahan (X2)	Kepercayaan (X3)	Keterbukaan Informasi	Biaya (X5)	Ketersediaan Jaringan (X6)
Kemudahan (X2)	0,476302					
Kepercayaan (X3)	0,158773	0,397245				
Keterbukaan Informasi (X4)	0,172853	0,475078	0,621251			
Biaya (X5)	0,35083	0,35232	0,263451	0,322563		
Ketersediaan Jaringan (X6)	0,222215	0,132499	0,202631	0,081504	0,300086	
Penggunaan Teknologi (X7)	0,422604	0,48544	0,227539	0,19418	0,308273	0,311847

Sumber : Data Diolah, 2016

Dilihat dari nilai uji multikolinieritas di atas, nilai koefisien korelasi masing-masing variabel independen berada dalam rentang 0,132499 sampai dengan 0,621251. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi

tersebut tidak mempunyai indikasi masalah multikolinearitas sehingga semua variabel bebas dapat dimasukkan dalam penelitian ini dan model regresi tersebut layak dipakai karena nilai koefisien korelasi masih dibawah 0,8.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitaas

Hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Heteroskedastisitas

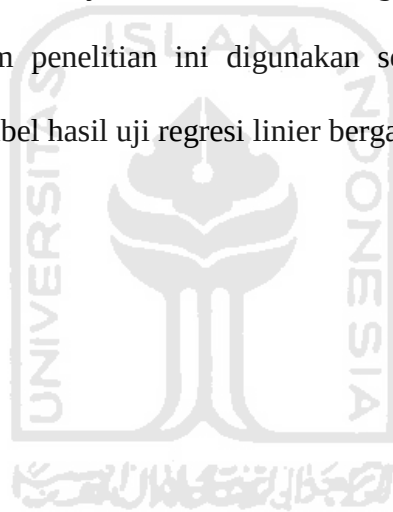
	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value
Intercept	0,407	0,083	4,891	0,000
Kebermanfaatan (X1)	0,071	0,063	1,138	0,258
Kemudahan (X2)	-0,056	0,053	-1,061	0,291
Kepercayaan (X3)	0,007	0,059	0,115	0,908
Keterbukaan Informasi (X4)	-0,107	0,078	-1,374	0,173
Biaya (X5)	-0,033	0,048	-0,692	0,491
Ketersediaan Jaringan (X6)	0,056	0,046	1,199	0,234
Penggunaan Teknologi (X7)	0,027	0,060	0,451	0,653

Sumber : Data Diolah, 2016

Dari hasil uji glejser di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, informasi biaya, ketersediaan jaringan, dan penggunaan mempunyai nilai signifikansi di atas 0,05 (5%) yang berarti bahwa variabel kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, informasi biaya, ketersediaan jaringan, dan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap absolute residual sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk menguji dua variabel yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (penjelas). Variabel dependen pada umumnya dipengaruhi oleh lebih dari satu variabel independen. Variabel independen tersebut kemudian akan dimasukkan ke dalam model regresi. Dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, keterbukaan informasi, biaya, ketersediaan jaringan, dan penggunaan teknologi terhadap minat penggunaan layanan *mobile banking*. Untuk mempermudah perhitungan regresi dalam penelitian ini digunakan software *Microsoft Excel 2007*. Berikut ini adalah tabel hasil uji regresi linier berganda secara keseluruhan:



Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Berganda

SUMMARY OUTPUT

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0,747
R Square	0,559
Adjusted R Square	0,525
Standard Error	0,532
Observations	100

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	7	32,947	4,707	16,629	5,32E-14
Residual	92	26,039	0,283		
Total	99	58,986			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>
Intercept	-0,206	0,139	-1,479	0,143
Kebermanfaatan (X1)	0,033	0,104	0,317	0,752
Kemudahan (X2)	0,325	0,088	3,696	0,000
Kepercayaan (X3)	0,327	0,099	3,297	0,001
Keterbukaan Informasi	-0,313	0,130	-2,400	0,018
Biaya (X5)	0,162	0,079	2,044	0,044
Ketersediaan Jaringan (X6)	0,064	0,077	0,831	0,408
Penggunaan Teknologi (X7)	0,365	0,100	3,644	0,000

Sumber : Data Diolah, 2016

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi linier berganda maka didapat persamaan model regresi sebagai berikut:

$$Y = -206 + 0,033 (\text{Kebermanfaatan}) + 0,325 (\text{Kemudahan}) + 0,327 (\text{Kepercayaan}) - 0,313 (\text{Keterbukaan Informasi}) + 0,162 (\text{Biaya}) + 0,064 (\text{Ketersediaan Jaringan}) + 0,365 (\text{Penguasaan Teknologi})$$

4.7 Koefisien Determinasi

Dari Table 4.11 di atas diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi variabel independen (kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, keterbukaan informasi, biaya, ketersediaan jaringan, penggunaan teknologi) sebesar 0,525 atau 52,5%. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,525, maka dapat diartikan bahwa 52,5% dari model dalam variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, keterbukaan informasi, biaya, ketersediaan jaringan, dan penggunaan teknologi. Sehingga kemampuan menjelaskan per variabel rata-rata adalah 7,5%. Sebenarnya masih banyak variabel yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking*, antara lain yaitu masalah kualitas informasi, faktor perilaku, norma subjektif, kecocokan dengan gaya hidup, penjelasan customer service, kualitas dari koneksi internet yang disediakan pihak bank, dll sehingga peran per variabel sebenarnya sangat kecil. Ketujuh variabel yang digunakan pada penelitian ini hanyalah sebagian kecil saja dari sekian banyaknya variabel yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking*, penelitian ini ternyata mampu menjelaskan sebesar 52,5% atau rata-rata 7,5% per variabel. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini cukup baik.

4.8 Uji F (*Model Error*)

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai F sebesar 16,629 yang didukung juga oleh *Significance F* sebesar 5,32E-14 menunjukkan tingkat kesalahan yang akan ditanggung jika menolak H_0 . Kecilnya nilai signifikansi F menunjukkan model yang diajukan baik karena memiliki kemungkinan kesalahan yang sangat kecil karena kurang dari 1%. Kesimpulan dari indikator ini adalah bahwa model yang dibuat dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisa.

4.9 *Missing Variable*

Nilai signifikansi konstanta menunjukkan adanya variabel yang terlewat secara keseluruhan. Dari Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa Nilai signifikansi atas konstanta sebesar 0,143 atau 14,3% yang berarti tidak signifikan. Agar sebuah model masuk dalam kategori baik, maka nilai signifikansi atas konstanta harus tidak signifikan (Syamsul Hadi, 2009). Dikarenakan konstanta tidak signifikan maka dapat disimpulkan bahwa konstanta tidak mempengaruhi variabel dependen, sehingga tidak ada variabel lain di dalam model penelitian yang berpengaruh terhadap model. Dari keterangan tersebut, menunjukkan bahwa secara keseluruhan model dinyatakan cukup baik karena erornya kecil dan tidak ada model yang dilupakan.

4.10 Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak.

4.10.1 Persepsi Kebermanfaatan

H_{01} : Persepsi Kebermanfaatan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa koefisien (β) variabel persepsi kebermanfaatan (X_1) adalah 0,033 dan memiliki *significance* sebesar 0,752 atau 75,2%. Dari angka-angka tersebut dapat disimpulkan bahwa kebermanfaatan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, maka hipotesa null gagal ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kebermanfaatan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Apabila seseorang merasakan manfaat atas suatu layanan, maka ia akan menggunakan layanan tersebut dan begitupun sebaliknya. Dari hasil penelitian ini data yang diperoleh tidak sesuai dengan logika tersebut. Jika dilihat dari nilai rata-rata kebermanfaatan yaitu sebesar 1,0633 dari nilai maksimal 2, maka hal ini menunjukkan bahwa *mobile banking* sangat bermanfaat bagi nasabah dan mereka menilai manfaat atas *mobile banking* tinggi. Pada variabel ini nilai minimal adalah -1, dan terdapat 1 (satu) responden yang memberi skor ini, sehingga data tersebut dapat digolongkan sebagai data ekstrem dan bisa dikeluarkan dari penelitian. Nilai standar deviasi menunjukkan nilai yang sangat rendah yaitu 0,6181, rendahnya nilai standar deviasi ini didukung dengan tingginya nilai rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa semua responden merasakan manfaat yang besar atas *mobile banking*. Rendahnya standar deviasi berakibat pada data yang sangat homogen dan secara langsung tidak akan berpengaruh secara signifikan terhadap

penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian, yang membuat variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* bukan disebabkan tidak dirasakannya manfaat oleh responden, tetapi lebih disebabkan oleh tingginya manfaat yang dirasakan oleh responden itu sendiri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Wakhidah (2013) dan Zuama Yuko P (2013) yang menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

Kelemahan dalam penelitian ini adalah kekurangan dalam memasukkan variabel kebermanfaatan pada model penelitian karena dapat dilihat bahwa nasabah telah mengetahui manfaat dari penggunaan layanan *mobile banking*.

Pada penelitian selanjutnya tidak perlu lagi memasukkan variabel kebermanfaatan ke dalam model penelitian karena penulis telah membuktikan bahwa variabel tersebut tidak akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

4.10.2 Persepsi Kemudahan

H_{01} : Persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa koefisien (β) variabel kemudahan (X_2) adalah 0,325 dan memiliki *significance* sebesar 0,000 atau 0%. Dari angka-angka tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, maka hipotesa null ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan kuat terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Seseorang pengguna layanan *mobile banking* akan merasa mudah jika dalam menggunakan layanan tersebut tidak menemui kesulitan ketika menggunakannya. Kemudahan penggunaan bukan hanya penilaian nasabah pada saat penggunaan layanan, namun juga aktivasi layanan *mobile banking* dan *User Interface*. Aktivasi layanan *mobile banking* dapat dilakukan dengan pendaftaran nomor ponsel yang akan menggunakan layanan tersebut beserta kode kunci di gerai bank dan hanya dilakukan sekali. Ditambah lagi dengan *User Interface* (tampilan antar muka) yang mudah dipahami oleh para nasabah saat melakukan transaksi perbankan. Dan lebih baiknya lagi apabila menyediakan instruksi-instruksi yang jelas agar tidak muncul pemahaman yang bias dari para nasabah. Menu pada *User Interface* yang sederhana, jelas dan bahasa yang mudah dimengerti akan mempermudah pengguna *mobile banking* saat melakukan transaksi perbankan.

Kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha, waktu, dan tenaga para nasabah untuk mempelajari seluk beluk dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem dapat menunjukkan kemudahan penggunaan sistem tersebut. Maka dari itu jika sebuah layanan, dalam hal ini *mobile banking* dapat dengan mudah digunakan oleh para nasabah, akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zuama Yuko P (2013) dengan hasil positif signifikan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Francisca Paramita (2013) dan Nurul Wakhidah (2013) yang

menunjukkan kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Pada penelitian ini, variabel pertanyaan bisa dikatakan sama. Perbedaan hasil penelitian dikarenakan tingkat pemahaman nasabah tiap daerah yang berbeda-beda. Oleh karena itu, nasabah masih perlu belajar untuk memahami dalam menggunakan fitur-fitur dan perintah yang terdapat pada layanan *mobile banking*.

Untuk penelitian berikutnya disarankan untuk memberikan definisi dan pertanyaan yang jelas mengenai persepsi kemudahan supaya tidak menimbulkan pemahaman yang bias.

4.10.3 Persepsi Kepercayaan

H_{03} : Persepsi kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa koefisien (β) variabel positif (X_3) adalah 0,327 dan memiliki *significance* sebesar 0,001 atau 0,1%. Dari angka-angka tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, maka hipotesa null ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan kuat terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Apabila nasabah mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan *mobile banking*, maka nasabah mempunyai minat untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja individu dalam melakukan kegiatan organisasi atau perusahaan. Kepercayaan juga membantu pengguna untuk

mengurangi kompleksitas sosial dalam menghadapi kemungkinan yang tidak diinginkan.

Ketika nasabah mempercayai bank sebagai penyedia jasa *mobile banking*, nasabah akan berpikir bahwa menggunakan *mobile banking* adalah bermanfaat untuk meningkatkan efektifitas pekerjaan dan akhirnya nasabah akan percaya bahwa *mobile banking* sangat berguna. Dari pengertian diatas maka dapat diartikan apabila nasabah mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan *mobile banking*, maka nasabah mempunyai minat untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Dewi Ratih (2013) dan Zuama Yuko P (2013) dengan hasil positif signifikan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Agustine Tri Herdia (2013), Francisca Paramita Kusumaningrum (2013), dan Nurul Wakhidah (2013) yang menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Pada penelitian ini, variabel pertanyaan bisa dikatakan sama. Perbedaan hasil penelitian dikarenakan tingkat kepercayaan nasabah tiap daerah yang berbeda-beda terhadap bank.

Keterbatasan pada penelitian ini terletak pada penggunaan bahasa pertanyaan kuisisioner yang kurang bisa dipahami oleh responden, sehingga memunculkan salah persepsi yang menjadikan jawaban responden menjadi kurang tepat.

Saran pada penelitian selanjutnya yaitu untuk menggunakan bahasa kuisisioner yang lebih dipahami responden di daerah pedesaan.

4.10.4 Persepsi Keterbukaan Informasi

Ho₄ : Persepsi keterbukaan informasi tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa koefisien (β) variabel negatif (X₄) adalah -0,313 dan memiliki *significance* sebesar 0,018 atau 1,8%. Dari angka-angka tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi keterbukaan informasi berpengaruh negatif tetapi signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, maka hipotesa null gagal ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi keterbukaan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Semakin tinggi keterbukaan informasi yang disediakan oleh pihak bank kepada nasabah akan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Dari hasil penelitian ini data yang diperoleh tidak sesuai dengan logika tersebut. Jika dilihat dari nilai rata-rata persepsi keterbukaan informasi yaitu sebesar 0,86 dari nilai maksimal 2, maka hal ini menunjukkan bahwa tingkat keterbukaan informasi mengenai *mobile banking* adalah rendah. Hal ini menunjukkan bahwa semua responden mempunyai pandangan tentang keterbukaan informasi *mobile banking* adalah rendah. Rendahnya rata-rata berakibat pada data yang sangat homogen dan secara langsung akan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian, yang membuat variabel persepsi keterbukaan informasi berpengaruh negatif signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* bukan disebabkan tidak terbukanya informasi yang dimiliki *mobile banking*, tetapi lebih

disebabkan oleh tingginya keterbukaan informasi yang dirasakan oleh responden itu sendiri.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Zuama Yuko P (2013). Penelitian yang dilakukan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Perbedaan ini dapat dipengaruhi oleh perbedaan persepsi dari setiap responden dengan pertanyaan yang diajukan pada kuisioner.

Untuk penelitian berikutnya disarankan untuk memberikan pertanyaan yang lebih mudah dipahami. Karena perbedaan pemahaman informasi yang disajikan dapat mempengaruhi penilaian responden terhadap ketersediaan informasi pada *mobile banking*.

4.10.5 Persepsi Biaya

H_{o5} : Persepsi biaya tidak berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa koefisien (β) variabel positif (X_5) adalah 0,162 dan memiliki *significance* sebesar 0,044 atau 4,4%. Dari angka-angka tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi biaya berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, maka hipotesa null ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi biaya berpengaruh positif dan signifikan moderat terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Lebih rendahnya biaya yang dikeluarkan untuk melakukan transaksi perbankan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut, namun jika biaya yang ditarifkan lebih mahal, akan menurunkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Di Indonesia *mobile banking* bukanlah hal

yang asing lagi, karena telah menjadi bagian dari inovasi perbankan dalam mengikuti persaingan bisnis global. Oleh karena itu, institusi-institusi perbankan berusaha memberikan kepuasan pelayanan kepada para nasabahnya dengan memberikan fasilitas perbankan, berupa layanan *mobile banking* untuk melakukan transaksi atau bisnis. Penggunaan jaringan seluler untuk kepentingan transaksi komersial (*mobile commerce*) dinilai cukup aman, karena identitas pengguna lebih jelas, satu nomor ponsel hanya digunakan oleh satu orang. Maka *mobile banking* terlihat lebih sukses perkembangannya di Indonesia

Hasil penelitian ini sejalan dengan Agustine Tri Herdia (2013) dan Wahyu Dewi Ratih (2013) dengan hasil persepsi biaya berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Francisca Paramita Kusumaningrum (2013), Nurul Wakhidah (2013) dan Zuama Yuko Prayuba (2013) yang menunjukkan biaya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Pada penelitian ini, variabel pertanyaan bisa dikatakan sama. Perbedaan hasil penelitian dikarenakan penilaian biaya masing masing responden yang relatif berbeda di tiap daerah penelitian. Pendapatan responden mempengaruhi penilaian responden pada persepsi biaya.

Kelemahan pada penelitian ini adalah bahasa yang digunakan dalam kuisioner kurang dipahami oleh para responden, sehingga membuat responden memiliki persepsi lain yang membuat jawaban responden menjadi kurang tepat. Penelitian selanjutnya diharapkan menguji kembali variabel biaya di daerah pedesaan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh responden.

4.10.6 Persepsi Ketersediaan Jaringan

H_{06} : Persepsi ketersediaan jaringan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa koefisien (β) variabel positif (X_6) adalah 0,064 dan memiliki *significance* sebesar 0,408 atau 40,8%. Dari angka-angka tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi ketersediaan jaringan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, maka hipotesa null gagal ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi ketersediaan jaringan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Luasnya jaringan *mobile banking* meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut, namun jika ketersediaan jaringan yang sempit, akan menurunkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Dari hasil penelitian ini data yang diperoleh tidak sesuai dengan logika tersebut. Jika dilihat dari nilai rata-rata persepsi ketersediaan jaringan yaitu sebesar 0,6617 dari nilai maksimal 2, maka hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap ketersediaan jaringan *mobile banking* adalah luas. Pada variabel ini nilai minimal adalah -1,5, dan terdapat 1 (satu) responden yang memberi skor ini, sehingga data tersebut dapat digolongkan sebagai data ekstrem dan bisa dikeluarkan dari penelitian. Nilai standar deviasi menunjukkan nilai yang sangat rendah yaitu 0,7623, rendahnya nilai standar deviasi ini didukung dengan tingginya nilai rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa semua responden mempunyai pandangan tentang ketersediaan jaringan *mobile banking* adalah baik. Rendahnya standar

deviasi berakibat pada data yang sangat homogen dan secara langsung tidak akan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian, yang membuat variabel persepsi biaya tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* bukan disebabkan tidak baiknya ketersediaan jaringan *mobile banking*, tetapi lebih disebabkan oleh tingginya jaringan *mobile banking* yang dirasakan oleh responden itu sendiri.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Francisca Paramita (2013) dan Zuama Yuko P (2013) dengan hasil persepsi ketersediaan jaringan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Kelemahan pada penelitian ini terletak pada pertanyaan ketersediaan telepon, hendaknya diganti dengan memfokuskan pertanyaan mengenai jaringan internet.

Saran untuk penelitian berikutnya untuk memberikan pertanyaan mengenai kemampuan mengakses *mobile banking* kapanpun dimanapun dan ketersediaan jaringan internet.

4.10.7 Persepsi Penggunaan Teknologi

Ho₆ : Persepsi penggunaan teknologi tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa koefisien (β) variabel positif (X₇) adalah 0,365 dan memiliki *significance* sebesar 0,000 atau 0%. Dari angka-angka tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi penggunaan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, maka hipotesa

null ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi penggunaan teknologi berpengaruh positif dan signifikan kuat terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Bagi para nasabah di pedesaan, faktor penggunaan teknologi sangat penting untuk diperhatikan. Penggunaan teknologi merupakan hal dasar yang harus dikuasai agar suatu sistem efektif dalam kegunaannya.

Persepsi penggunaan teknologi berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* tetapi terdapat variabel lain yang lebih berperan dalam penggunaan layanan ini. Teknologi yang berupa kualitas jaringan, kualitas layanan baik di dalam maupun di luar ruangan, sambungan tidak terputus-putus, harga yang harus dibayar untuk mendapatkan akses dalam menggunakan jaringan dalam layanan kepada nasabah, serta kualitas pertukaran informasi antara pelanggan dan operator. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi yang disediakan ditimbulkan oleh seberapa jauh nasabah melihat layanan ini bermanfaat secara pribadi. Teknologi-teknologi maju yang mendorong produktifitas juga menghasilkan manfaat bagi perusahaan. sebagai contoh, peningkatan produktifitas yang dihasilkan bank dari penggunaan *mobile banking* menciptakan suatu kesempatan bagi pihak bank untuk lebih kompetitif. Hal yang sama, bila para nasabah yakin bahwa *mobile banking* dapat mendorong peningkatan kinerja mereka, mereka akan memanfaatkan sistem tersebut semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktifitas. Disamping itu dengan adanya kemajuan teknologi seharusnya juga lebih mudah menggunakannya bila dibandingkan dengan teknologi yang sedang

berjalan. Kemajuan teknologi bisa mengatasi kesulitan penggunaan teknologi sebelumnya.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustine Tri Herdia (2013), Francisca Paramita Kusumaningrum (2013), Nurul Wakhidah (2013), dan Zuama Yuko P (2013) dengan hasil persepsi penggunaan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Wahyu Dewi Ratih (2013) yang menunjukkan persepsi penggunaan teknologi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Pada penelitian ini, variabel pertanyaan bisa dikatakan sama. Perbedaan hasil penelitian dikarenakan tingkat kemampuan nasabah dalam menggunakan teknologi tiap daerah yang berbeda-beda.

Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu menguji kembali indikator variabel ini. Untuk memperbanyak referensi terkait variabel penggunaan teknologi dan menggunakan pertanyaan yang lebih mudah dipahami para responden.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis penelitian terhadap 100 kuesioner yang memenuhi syarat, maka disimpulkan bahwa :

1. persepsi kemudahan, kepercayaan, keterbukaan informasi, biaya dan penggunaan teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking.
2. persepsi kebermanfaatan, dan persepsi ketersediaan jaringan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Pada variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kepercayaan, persepsi keterbukaan informasi, persepsi biaya, persepsi ketersediaan jaringan data yang didapat terlalu homogen.
2. Pada beberapa bagian, peneliti kurang spesifik dalam bertanya atau menggali informasi dari para nasabah.
3. Penelitian membutuhkan waktu yang sedikit lama karena pada beberapa kesempatan, peneliti terlebih dahulu menjelaskan sedikit tentang *mobile banking*.
4. Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat pedesaan yang secara pengetahuan dan pemahaman belum maksimal terhadap layanan *mobile banking*.

5.3 Saran Penelitian

Dengan adanya beberapa keterbatasan penelitian di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Mengganti variabel yang tidak signifikan dengan variabel lain seperti kemampuan akses, resiko, norma subyektif, atau keamanan.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk lebih detail dalam bertanya dan menggali informasi.
3. Untuk penggunaan bahasa dikuisisioner agar dibuat lebih sederhana dan mudah dipahami untuk menghindari ketidakpahaman.
4. Menguji kembali indikator variabel penggunaan teknologi. Untuk memperbanyak referensi terkait variabel penggunaan teknologi dan menggunakan pertanyaan yang lebih mudah dipahami para responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, I., & Shine, J. 2003. Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*. Vol. 15 No. 4: pp 441-455.
- Arief Wibowo. 2006. *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*.
[https://www.academia.edu/640836/Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model TAM](https://www.academia.edu/640836/Kajian_Tentang_Perilaku_Pengguna_Sistem_Informasi_Dengan_Pendekatan_Technology_Acceptance_Model_TAM). Diakses 8 September 2016
- Agustine Tri Herdia. 2013. "Pengaruh Variabel Kebermanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan, Keterbukaan Informasi, Biaya, Ketersediaan Jaringan, dan Penguasaan Teknologi Terhadap Minat Nasabah di Pedesaan untuk Menggunakan *Mobile Banking*." Skripsi tidak dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Davis, Fred. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Information Technology MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: p319-339.
- Francisca Paramita Kusumaningrum. 2013. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Para Nasabah di Pedesaan Untuk Menggunakan *Mobile Banking*." Skripsi tidak dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Gaspersz, Vincent. 1991. *Ekonomi Terapan*. Bandung: Penerbit Transito.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guilford, J. P. 1956. *Fundamental Statistics in Psychology and Education*. New York: McGraw Hill.
- Hadi, Syamsul. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi & Keuangan*, Yogyakarta: Ekonisia.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi_Informasi_Komunikasi. Diakses 21 Desember 2016.

<http://mangcara.com/bagaimana-cara-aktivasi-bni-mobile-banking-untuk-android/>.

Diakses 14 Desember 2016.

<http://sbm.binus.ac.id/2015/11/20/uji-asumsi-klasik-uji-heteroskedastisitas/>.

Diakses 23 Agustus 2016.

https://www.academia.edu/5170798/Uji_Validitas_Dan_Reliabilitas. Diakses 21 Desember 2016.

<http://www.statistikian.com/2012/10/reliabilitas-instrumen-dalam-excel.html>.

Diakses 21 Desember 2016.

<http://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>. Diakses 23 Agustus 2016.

Jogiyanto. 2005. *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.

Nurul Wakhidah. 2013. “Pengaruh Variabel Kebermanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan, Keterbukaan Informasi, Biaya, Ketersediaan Jaringan, dan Penguasaan Teknologi Terhadap Minat Para Nasabah di Pedesaan untuk Menggunakan *Mobile Banking*.” Skripsi tidak dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Raharjaputra, H. S. 2009. *Manajemen Keuangan dan Akuntansi*. Jakarta. Salemba Empat.

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiarto. 2001. *Teknik Sampling*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sunarto. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Amus.

Supardi. 2005. *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan bisnis*. Yogyakarta: Ekonisia.

Wahyu Dewi Ratih. 2013. “Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan, Keterbukaan Informasi, Biaya, Ketersediaan Jaringan, dan Penggunaan Teknologi Terhadap Minat Nasabah di Daerah Pedesaan untuk Menggunakan *Mobile Banking*.” Skripsi tidak dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Zuama Yuko Prayuba. 2013. “Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah di Desa Nduwo Dalam Menggunakan *Mobile Banking*.” Skripsi tidak dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.



LAMPIRAN I

Kuisisioner Penelitian Mobile Banking

Dengan hormat,

Sebelumnya kami mengucapkan terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Adapun kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah di pedesaan untuk menggunakan *mobile banking*” (apabila belum mengetahui tentang *mobile banking* dapat dibaca keterangan di bawah). Sebagai data pelengkap dalam penelitian ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk melengkapi isian berikut:

Umur : tahun

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Pendidikan Terakhir : ☐ Sarjana ☐ SMP dan yang sederajat

☐ Diploma ☐ SD

☐ SMU dan yang sederajat ☐

Pekerjaan :

Berikut ini merupakan macam dari layanan *Mobile Banking*, manakah dari ketiganya yang Anda ketahui (pernah mendengarnya)?

- ☐ *Phone Banking*
- ☐ *SMS Banking*
- ☐ *Internet Banking*

Keterangan:

Mobile Banking adalah suatu cara baru untuk melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan jaringan internet maupun handphone (HP), yang memudahkan Anda untuk selalu dapat berinteraksi dengan Bank di mana pun dan kapan pun berada dengan aman dan mudah. Macam-macam layanan *Mobile*

Banking: Phone banking, SMS Banking, dan Internet Banking. Transaksi melalui SMS dan *Phone Banking* menggunakan HP, sedangkan *Internet Banking* memanfaatkan jaringan internet (dapat dengan komputer).

Dengan *Mobile Banking* kita dapat melakukan transfer uang, pembayaran tagihan (kartu kredit, tagihan telepon), pembelian pulsa, cek saldo, penggantian pin dll. Kelebihan *Mobile Banking*: cepat, tanpa perlu antri di bank, canggih, tidak mengenal waktu, dan aman.

Petunjuk teknis pengisian adalah sebagai berikut :

1. Jawaban responden merupakan pernyataan atau kenyataan yang sebenarnya.
2. Pada pertanyaan berupa “pernyataan pilihan” berikan tanda silang (X) atau centang (✓) pada jawaban yang paling sesuai menurut Anda.

Saya berharap Bapak/Ibu/Saudara dapat membantu dalam pengumpulan data yang dibutuhkan, dan data yang terkumpul akan dijaga kerahasiaannya.

	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya suka teknologi.		
2.	Saya suka mengikuti perkembangan teknologi.		
3.	Saya belum memakai fasilitas <i>Mobile Banking</i> dalam bertransaksi.		
4.	Saya ingin memakai fasilitas <i>Mobile Banking</i> dalam bertransaksi.		
5.	Saya sudah memakai fasilitas <i>Mobile Banking</i> dalam bertransaksi.		
6.	Saya menggunakan <i>Mobile Banking</i> dengan fasilitas <i>handphone</i> .		
7.	Saya menggunakan <i>Mobile Banking</i> dengan fasilitas internet di rumah.		
8.	Saya menggunakan <i>Mobile Banking</i> dengan fasilitas warnet.		
9.	Saya ingin memakai fasilitas <i>Phone Banking</i> dalam bertransaksi.		

10.	Saya ingin memakai fasilitas <i>SMS Banking</i> dalam bertransaksi.		
11.	Saya ingin memakai fasilitas <i>Internet Banking</i> dalam bertransaksi.		

Keterangan

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju

	Kebermanfaatan	STS	TS	S	SS
1.	<i>Mobile Banking</i> menghemat waktu saya dalam bertransaksi.				
2.	<i>Mobile Banking</i> memudahkan waktu saya dalam melakukan kegiatan perbankan (trasfer uang, pembayaran tagihan, cek saldo, dll).				
3.	<i>Mobile Banking</i> membantu saya dalam menyelesaikan kegiatan perbankan dengan lebih cepat.				
4.	<i>Mobile Banking</i> lebih cepat dibandingkan mengunjungi gerai bank.				
5.	<i>Mobile Banking</i> membantu saya dalam menyelesaikan kegiatan bisnis saya.				
6.	<i>Mobile Banking</i> membantu saya dalam menyelesaikan kegiatan keuangan pribadi saya.				

	Kemudahan	STS	TS	S	SS
1.	Saya dapat dengan mudah memahami setiap intruksi yang ada di <i>Mobile Banking</i> .				
2.	Belajar menggunakan <i>Mobile Banking</i> adalah hal mudah bagi saya .				
3.	Saya tidak kesulitan menggunakan <i>Mobile Banking</i> .				
4.	Dengan <i>Mobile Banking</i> komunikasi antara pihak bank dan nasabah dapat berjalan dengan baik.				

	Kepercayaan	STS	TS	S	SS
1.	Saya tidak khawatir memberikan informasi keuangan melalui <i>SMS Banking</i> .				
2.	Saya percaya bahwa bank tidak akan				

	melakukan kecurangan terkait transaksi melalui <i>Mobile Banking</i> .				
3.	Saya yakin pihak bank akan menanggung kerugian nasabah apabila terjadi kesalahan (<i>fraud</i>) pada layanan <i>Mobile Banking</i> .				
4.	Saya yakin pihak perbankan menggunakan standar teknologi yang baik .				
5.	Saya yakin bahwa transaksi <i>Mobile Banking</i> tidak berisiko.				
6.	Saya menggunakan reputasi bank dalam mempertimbangkan penggunaan <i>Mobile Banking</i> .				

	Keterbukaan Informasi	STS	TS	S	SS
1.	Bank mendengarkan pendapat dari para nasabahnya.				
2.	Bank akan menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah melalui <i>Mobile Banking</i> .				
3.	Bank memberikan informasi terkini melalui <i>Mobile Banking</i> .				
4.	Bank bersikap transparan jika ada biaya yang harus ditanggung nasabah.				

	Biaya	STS	TS	S	SS
1.	Biaya <i>SMS Banking</i> menjadi pertimbangan utama saya untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> .				
2.	Biaya transaksi melalui <i>Mobile Banking</i> tidak memberatkan saya.				
3.	Biaya transaksi melalui <i>Mobile Banking</i> lebih rendah dibandingkan mengunjungi gerai bank.				

	Ketersediaan Jaringan	STS	TS	S	SS
1.	Di daerah tempat tinggal saya jaringan telepon bagus.				
2.	Di daerah tempat tinggal saya jaringan internet bagus.				
3.	Di lingkungan tempat tinggal saya terdapat sinyal yang baik.				

		STS	TS	S	SS
4.	Di daerah tempat tinggal saya mudah mengakses <i>Mobile Banking</i> .				
5.	Di daerah tempat tinggal saya dapat mengakses <i>Mobile Banking</i> tanpa kendala .				
6.	Adanya jaringan internet memudahkan penggunaan <i>Mobile Banking</i> .				

	Penggunaan Teknologi	STS	TS	S	SS
1.	Saya dapat mengoperasikan <i>handphone</i> (HP) untuk pelayanan <i>Mobile Banking</i> .				
2.	Saya mengetahui fitur-fitur yang tersedia pada <i>handphone</i> (HP) saya.				
3.	Saya memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia pada <i>handphone</i> (HP) saya.				
4.	Saya mengetahui fungsi internet.				
5.	Saya dapat mengoperasikan aplikasi <i>Mobile Banking</i> .				

	Minat	STS	TS	S	SS
1.	Saya tertarik menggunakan fasilitas <i>Mobile Banking</i> dalam bertransaksi.				
2.	Saya memakai fasilitas <i>Mobile Banking</i> dalam bertransaksi.				
3.	Saya menyarankan fasilitas <i>Mobile Banking</i> kepada orang lain.				
4.	Saya menggunakan fasilitas <i>Mobile Banking</i> secara rutin.				
5.	Saya lebih suka menggunakan <i>Mobile Banking</i> daripada mengunjungi gerai bank.				

~ *Terima Kasih* ~

LAMPIRAN II

TABULASI DATA

Responden	Kebermanfaatan						Kemudahan				Kepercayaan						Keterbukaan Informasi			
1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	-1	1	1	1	-1	1	1	1	1	2
2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	-1	-1	1	1	-1	1	1	1	1	-1
3	1	2	2	1	1	-1	1	1	1	1	-1	-1	1	1	-1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1
5	1	1	2	1	1	-1	1	1	-1	2	-1	1	2	1	1	1	2	1	1	-1
6	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
8	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
10	2	2	2	2	2	1	-1	1	1	-1	-1	1	-1	1	-1	1	1	1	1	-1
11	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	-1	1	-1	1	1	1	1	-1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1
16	2	2	2	2	-2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	-2	1	1	1	1	1
17	2	1	1	1	1	1	2	-1	-1	1	2	-1	1	1	-1	1	1	1	1	2
18	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	-1	1	1	2	-1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	-1	-1	1	1	1	1
21	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	-1	-1	-1	1	-1	1	1
22	1	1	1	1	-1	1	-1	-1	-1	1	1	1	2	2	-1	1	1	1	-1	-1
23	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	-1	-1	1	2	-1	-1	-1	-1	-2	1	1	-1	1	-2	1	-2	1	-1	-1	1
27	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	-1	1	1	1	1	-1
28	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	-1	1	1	1	1	-1
29	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2
30	1	-2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2
31	1	1	1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	-1	-1	1	-1	-1	1	1	1	1
32	2	1	2	2	1	-1	1	1	1	1	-1	-1	-1	1	-2	2	-2	1	1	-1
33	1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1	1	1	-1	-1	1	-1	-1	-1	1	1	1	-1
34	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1
37	2	2	2	1	1	1	-1	1	-1	-1	-2	-2	2	-1	-2	2	-1	1	1	1
38	2	2	2	2	2	2	-1	-1	-1	-1	-1	2	-1	-2	-1	-1	-1	-1	-1	1
39	1	1	1	2	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	-1	1	-1	1	1	1	-1	1
40	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	-1	1	-1	1	1	1	1	1
41	2	1	1	2	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	-1	1	-1	1	1	1

42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	1	1	-1	-1	1	1	1	1
43	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	2	1	1	1	1
46	1	2	1	1	1	-1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1
47	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
48	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	-1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	1	1	1	1
50	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2
51	2	-1	2	2	1	2	2	2	1	2	-1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
52	1	-2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
53	2	1	1	2	1	1	1	1	-1	-1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	-1	-2	2	1	-2	1	1	-1	1	2
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1	-1	-1	1	1	-1	-1	-1	-1	1	-1	1	1	-1	-1	-1
58	2	2	1	1	1	2	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
59	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
60	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	1	-1	1	1	-1	-1	1
61	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
62	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	2	-1	1	1	1	1	1
64	2	1	-1	2	1	1	-1	1	-1	-1	1	-1	-1	1	1	-1	1	1	1	1
65	1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	-1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	-1
66	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	1	1	-1	1	1	-1	1	1	1	1
67	1	-1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
68	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	-1	1	1	1	1	1	1
69	1	1	-1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-2	-2	-1	1	-1	-2	-1	1	-2	-2
70	1	1	1	1	2	1	1	-1	-1	1	-1	-1	1	1	-1	1	1	1	1	1
71	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1
72	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	-1	1	1	1	1	-1
73	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1
74	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	1	-1
75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1
76	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
77	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	1	-1	-1	1	1	-1	1	1	1	1	-1
78	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1	1
79	1	1	1	1	1	1	2	2	-1	-1	1	1	2	-1	-1	2	1	1	1	2
80	1	1	2	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	-1	-1	-1	1	-1	-1	1	1	1	-1
82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	2	-1	-1	2	1	2	2	2
83	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
84	1	1	1	1	1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	1	1	1	1
85	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	-1	1	1	-1	1	-1	1	1	-1	-1	-1
86	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1
87	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	2	-1	2	-1	1	2	1	1	1
88	1	1	1	-1	1	1	-1	1	1	1	-1	-1	-1	1	-1	1	1	1	1	1

89	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	-1	1	1	1	-1	-1	1	2	1	1
90	1	1	1	2	1	1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1
91	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1
92	2	2	2	2	1	1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1
93	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2
94	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	-1	1	1	2	2	1
95	1	1	1	2	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	-1	1	1	1	1	2
96	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	1
97	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	-1
98	1	1	1	1	1	-1	1	-1	-1	1	-1	-1	-1	1	-1	1	1	1	1	1
99	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
100	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	-1	-1	1	1	1	1



Responden	Biaya			Ketersediaan Jaringan						Penggunaan Teknologi					Minat				
1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	-1	1	1
2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	-1
3	-1	-1	1	1	-1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	1
4	1	1	1	2	1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1
5	2	-2	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	-1	-1	-1
6	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2
7	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	-1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	-1	1	1	-2	-1	-1
12	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1
15	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	1
16	1	1	1	2	2	1	1	-1	1	-1	1	1	1	-1	2	-2	2	-2	1
17	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	-1	-1	2	1	1	-1	1	-1	1
18	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2
19	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	-1	1	1	-1	-1	-1	1	-1	1	1	1	-1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1
21	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
22	1	-1	1	1	1	1	1	1	2	-1	-1	-1	2	-1	2	-2	1	-2	-1
23	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	1
24	1	1	1	-1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	1	-1	1	1	-1	-1	-1
25	2	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	-1	-2	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-2	-1	-1	-1	-1	-2	-1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	-1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	-1	1
29	2	-2	1	-1	1	1	1	1	-1	2	-2	1	2	-1	1	-1	1	-1	1
30	1	1	-1	1	2	1	1	2	-2	2	1	1	2	1	1	2	-1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	-1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	-1	-1
33	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	-1	-1	-1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	-1	-1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1
36	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	-1	1
37	1	1	1	2	2	1	-1	-1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	-1	1
38	2	-2	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	-1	-1	-2	-1
39	1	2	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-2	-2	-2
40	1	1	2	1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	1
41	2	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	-1	1	-2	-1
42	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
43	1	-1	-1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1
44	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	1	-1	1	1	1	-1	1	1	-1	-1	-1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	1	1	1	1	1

46	1	2	1	1	1	-1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	-1	1	2
47	-1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	-1	1
48	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	1	1	1	-1	1	-1	-1
49	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	1	-1	1	1	1	-1	1	1	-1	-1	-1
50	-1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
51	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2
52	1	2	1	2	1	2	-1	-1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2
53	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	1	1	1	1	1	1
54	-1	-2	1	-1	-1	-1	-2	-2	-2	-1	1	1	1	1	2	-1	1	-2	2
55	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
56	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	1	-1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1
58	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1
59	-1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	-1	1	2	2	2	1	2
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	1	-1	-1	-1	-1
61	1	2	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
62	1	2	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	1	-1	1	-1	1
64	-1	1	2	-1	-1	1	1	-1	1	1	-1	1	2	1	-1	-1	1	-1	1
65	-1	1	2	-1	-1	2	1	1	2	-1	2	2	1	-1	1	-1	2	-1	1
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	-1	1	-1	-1	-1	-1
67	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
68	2	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	-1	2	1	1	1	1	1	1
69	-1	-1	1	1	1	1	-1	-1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1
70	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1
71	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
72	1	-1	1	1	1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
73	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	-1	1
74	1	-1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
75	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
76	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2
77	1	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
78	-1	-1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1
79	1	2	1	1	1	1	1	-1	1	-1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	1
80	-1	1	1	-1	1	-1	-1	1	-1	2	-1	-1	2	1	1	-1	-1	-1	1
81	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1
82	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	-1
83	-1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
84	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1
85	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	-1
86	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	-1	1
87	1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1
88	1	1	-1	1	1	1	-1	-1	1	-1	1	-1	2	-1	1	-1	-1	-2	-1
89	1	1	-1	1	1	1	1	-1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	-1	1
90	1	-1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	-1	1
91	1	-1	2	1	1	2	1	1	2	-1	1	1	1	-1	1	-1	1	-1	1
92	-1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	-1	-1	-1	-1

93	2	-1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
94	1	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	2	-1	-1	-1	-1	-1	2
95	1	2	-1	1	-1	-1	-1	-1	2	1	2	1	2	-1	1	-1	1	-1	-1
96	1	1	-1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2
97	-1	1	-1	1	-1	-1	-1	-1	1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1
98	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	-1	-1	-1	1	-1	-1
99	1	1	-1	1	1	1	-1	-1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
100	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1



LAMPIRAN III

UJI VALIDITAS

Kebermanfaatan

	1	2	3	4	5	6	Total
1	1						
2	0,575916	1					
3	0,593784	0,446358	1				
4	0,612469	0,461089	0,583611	1			
5	0,560846	0,411324	0,498511	0,466494	1		
6	0,595923	0,390557	0,538172	0,508586	0,495233	1	
Total	0,840655	0,717989	0,785825	0,77883	0,74085	0,768716	1

Kemudahan

	1	2	3	4	Total
1	1				
2	0,625974	1			
3	0,571499	0,735902	1		
4	0,627735	0,453818	0,569055	1	
Total	0,840095	0,843094	0,865642	0,792814	1

Kepercayaan

	1	2	3	4	5	6	Total
1	1						
2	0,512294	1					
3	0,301707	0,34788	1				
4	0,326881	0,427219	0,28103	1			
5	0,538493	0,366362	0,25318	0,259403	1		
6	0,250947	0,312782	0,391793	0,289013	0,227772	1	
Total	0,74219	0,737379	0,633289	0,620878	0,676859	0,608418	1

Keterbukaan Informasi

	1	2	3	4	Total
1	1				
2	0,362389	1			
3	0,384196	0,59161	1		
4	0,264293	0,204171	0,398783	1	
Total	0,659783	0,708429	0,809012	0,710543	1

Biaya

	1	2	3	Total
1	1			
2	0,218438	1		
3	0,357141	0,461842	1	
Total	0,6748	0,780646	0,794028	1

Ketersediaan Jaringan

	1	2	3	4	5	6	Total
1	1						
2	0,787841	1					
3	0,615332	0,7164	1				
4	0,476161	0,649324	0,702297	1			
5	0,419005	0,581215	0,569143	0,740594	1		
6	0,476842	0,327492	0,455747	0,431158	0,278995	1	
Total	0,789307	0,858961	0,857001	0,85117	0,773021	0,607048	1

Penggunaan Teknologi

	1	2	3	4	5	Total
1	1					
2	0,314371	1				
3	0,387786	0,642452	1			
4	0,381371	0,23381	0,347997	1		
5	0,556234	0,284556	0,372846	0,34713	1	
Total	0,754431	0,686435	0,762207	0,632571	0,731465	1

Minat

	1	2	3	4	5	Total
1	1					
2	0,378128	1				
3	0,442639	0,273795	1			
4	0,300238	0,62972	0,347359	1		
5	0,366236	0,427491	0,533724	0,56005	1	
Total	0,630944	0,740956	0,71101	0,789337	0,79779	1



LAMPIRAN IV

UJI RELIABILITAS

Kebermanfaatan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,860	6

Kemudahan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,856	4

Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,755	6

Keterbukaan Informasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,681	4

Biaya

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,608	3



Ketersediaan Jaringan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,880	6

Penggunaan Teknologi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	5

Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	5



LAMPIRAN V

HASIL DESKRIPTIF STATISTIK

	Kebermanfaatan (X1)	Kemudahan (X2)	Kepercayaan (X3)	Keterbukaan Informasi	Biaya (X5)	Ketersediaan Jaringan (X6)	Penggunaan Teknologi (X7)	Minat (Y)
Mean	1,063333	0,58	0,471667	0,86	0,646667	0,661667	0,714	0,312
Standard Error	0,061809	0,083324	0,070753	0,056443	0,077968	0,076228	0,065397	0,077189
Median	1	1	0,5	1	1	1	1	0,2
Mode	1	1	0,333333	1	1	1	1	1
Standard Deviation	0,618087	0,833242	0,707525	0,564434	0,77968	0,762275	0,653973	0,77189
Sample Variance	0,382031	0,694293	0,500592	0,318586	0,607901	0,581063	0,427681	0,595814
Kurtosis	3,323915	-0,65572	-0,48239	1,944505	-0,32634	0,170812	0,855613	-0,70624
Skewness	-1,42868	-0,71351	-0,30565	-1,2204	-0,68983	-1,0119	-0,85661	-0,18018
Range	3	3	3,166667	3	3,333333	3,333333	3,2	3,6
Minimum	-1	-1	-1,16667	-1	-1,33333	-1,5	-1,2	-1,6
Maximum	2	2	2	2	2	1,833333	2	2
Sum	106,3333	58	47,16667	86	64,66667	66,16667	71,4	31,2
Count	100	100	100	100	100	100	100	100

LAMPIRAN VI

UJI MULTIKOLINIERITAS

	Kebermanfaatan (X1)	Kemudahan (X2)	Kepercayaan (X3)	Keterbukaan Informasi (X4)	Biaya (X5)	Ketersediaan Jaringan (X6)
Kemudahan (X2)	0,476302					
Kepercayaan (X3)	0,158773	0,397245				
Keterbukaan Informasi	0,172853	0,475078	0,621251			
Biaya (X5)	0,35083	0,35232	0,263451	0,322563		
Ketersediaan Jaringan (X6)	0,222215	0,132499	0,202631	0,081504	0,300086	
Penggunaan Teknologi (X7)	0,422604	0,48544	0,227539	0,19418	0,308273	0,311847

