

Manfaat (*perceived usefulness*). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Roger J. Calantone, David A. Griffith, dan Goksel Yalcinkaya yang berjudul “*An Empirical Examination of a Technology Adoption Model for the Context of China*” menyimpulkan bahwa Inovasi Teknologi dan Kompatibilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap Persepsi Manfaat; Kompatibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Perspektif Kemudahan; Inovasi Teknologi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Perspektif Kemudahan.

Hasil pengujian diatas menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap internet banking, maka nasabah akan semakin mudah mengadopsian internet banking, begitu juga sebaliknya.

4.6.17 Training berhubungan positif dengan Persepsi Kemudahan Penggunaan / Hipotesis 17 (H_{17})

Dari hasil pengujian, diketahui bahwa variable Pelatihan tidak berhubungan positif dengan Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar -0.012 dan tidak signifikan karena tingkat signifikansi 0.917 lebih dari 0,10 ($p < 0.10$). Artinya Hipotesis17 (H_{17}) yang menyatakan bahwa Pelatihan berhubungan positif dengan Persepsi Kemudahan Penggunaan tidak didukung oleh data (H_{a17} ditolak, H_{017} diterima).

Hasil pengujian diatas menyimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan positif antara pelatihan dengan persepsi kemudahan penggunaan dan pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini berarti tingkat pelatihan yang didapatkan nasabah belum tentu mempengaruhi persepsi kemudahan nasabah dalam menggunakan internet banking.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan internet banking, akan tetapi disarankan pada penelitian selanjutnya untuk tetap menguji faktor personalisasi, jasa aliansi, kemampuaksesan, kualitas argumen, kredibilitas sumber, kompatibilitas dan keinovatifan teknologi untuk mengkonfirmasi ulang pengaruhnya pada penggunaan teknologi.

1.3 Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 110 dan hanya terbatas di kota Semarang, sehingga tidak cukup mewakili dari populasi yang ada. Oleh karena itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sample yang lebih luas.
2. Nilai *Goodness of Fit Index* (GFI) untuk mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya dengan prediksi dari model yang diajukan (*proposed model*) tidak baik, menyebabkan kelemahan dalam penelitian ini sehingga model yang dianalisis belum memenuhi kriteria yang baik.
3. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner dalam. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan hanya menggambarkan persepsi atau pendapat para nasabah bank terhadap Internet Banking. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *interval* berupa *rating*, skala ini bukan menunjukkan ukuran yang sesungguhnya.