

**PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI,
KEMUDAHAN, RESIKO DAN FITUR LAYANAN
TERHADAP MINAT ULANG NASABAH BANK
DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING
(Studi Pada Nasabah Bank BCA)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :
GILANG RIZKY AMIJAYA
NIM. C2A605052

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Gilang Rizky Amijaya
Nomor Induk Mahasiswa : C2A605052
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Penelitian Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI
INFORMASI, KEMUDAHAN, RESIKO
DAN FITUR LAYANAN TERHADAP
MINAT ULANG NASABAH BANK
DALAM MENGGUNAKAN INTERNET
BANKING**

Dosen Pembimbing : H. Susilo Toto Rahardjo, SE, MT

Semarang, 18 Juni 2010

Dosen Pembimbing,

(H. Susilo Toto Rahardjo, SE, MT)
NIP. 196312241989021002

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti atas pengaruh persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan, resiko, dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Bank khususnya bank BCA agar dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat dan mudah bagi para nasabahnya.

Objek dari penelitian ini adalah para nasabah Bank BCA yang pernah dan ingin menggunakan kembali *internet banking*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara langsung dengan metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan, resiko, dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Kata Kunci: Persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan, resiko, fitur layanan, dan minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

ABSTRACT

This study aims to analyze and obtain evidence on the influence of perceptions of technology, ease of use, risks, and customer service features of interest in using the internet banking. The results of this study are expected to contribute to the Bank in particular BCA bank in order to provide a service that is faster and easier for its customers.

The object of this study is the BCA Bank customers who use internet banking. Data used in this study are primary data, and data searching used questionnaires directly using purposive sampling.

The results showed that perceptions of technology, ease of use, risks, and service features influence the interest in using the internet banking customers.

Keywords: Perceptions of technology, ease of use, risk, service features, and customer interest in Internet banking.

HALAMAN PERSEMBAHAN

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

(Al Hadits)

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

(QS. Al Baqarah : 82)

” Ingatlah Tuhanmu dalam hatimu dengan rendah hati dan rasa takut, dan dengan tidak mengeraskan suara, pada waktu pagi dan petang, dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang lengah ”.

(QS. Al-A’Raf : 205)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahilahirabbil'alamin, segala puji dan syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah juga inayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul

“PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, KEMUDAHAN, RESIKO DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT ULANG NASABAH BANK DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi S1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari tanpa bimbingan, arahan, dukungan dan bantuan berbagai pihak, maka skripsi ini dapat diselesaikan, untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. HM. Chabachib, MSi., Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro dengan segala kebijakannya yang telah sangat membantu dan mendukung mahasiswa.
2. H. Susilo Toto Rahardjo, SE, MT selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberi saran kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Dra. Hj. Yoestini, MSi selaku Dosen Wali penulis yang telah memberikan arahan dan dorongan dalam studi.

4. Para dosen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah memberi ilmu yang bermanfaat bagi saya.
5. Papa dan Mama tercinta, terimakasih atas doa, cinta, dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya. Menjadi anak kalian adalah anugerah yang tak ternilai harganya.
6. Kakak, Adik, Om, Tante, dan seluruh keluarga besar yang selalu mendukungku, terima kasih atas segala doanya.
7. Tiara Arum Soraya, yang telah memberikan motivasi dan arti hidup.
8. Para nasabah Bank BCA yang telah bersedia membantu pengumpulan data dalam penelitian ini.
9. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, Juni 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAKSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan dan Rumusan Masalah	7
1.2.1 Pembatasan Masalah	7
1.2.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Teknologi Informasi.....	10
2.1.1 Pengertian Teknologi Informasi.....	10
2.1.2 Lingkup Teknologi Informasi	10

2.1.3	Peranan Teknologi Informasi.....	12
2.1.4	Strategi Teknologi Informasi Menuju Keunggulan Kompetitif	13
2.1.5	Persepsi Teknologi Informasi	14
2.2	Kemudahan Dalam Penggunaan	14
2.3	Resiko.....	15
2.4	Fitur Layanan	16
2.5	Minat Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	16
2.6	Penelitian Terdahulu	18
2.7	Kerangka Penelitian	23
2.8	Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		25
3.1	Populasi dan Sampel	25
3.1.1	Populasi.....	25
3.1.2	Sampel.....	25
3.2	Metode Pengumpulan Data	27
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	28
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	30

3.4.1	Metode Pengumpulan Data	30
3.5	Metode Analisis Data	30
3.5.1	Pengujian Validitas	31
3.5.2	Pengujian Reliabilitas.....	31
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.5.5	Pengujian Hipotesis.....	34
3.5.6	Koefisien Determinasi.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Umum Responden	38
4.1.1	Responden Menurut Jenis Kelamin	38
4.1.2	Responden Menurut Umur.....	39
4.1.3	Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	39
4.1.4	Responden Menurut Jenis Pekerjaan	40
4.2	Hasil Analisis Data.....	41
4.2.1	Uji Kualitas Data.....	41
4.2.1.1	Uji Validitas	41
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	44
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.2.2.1	Uji Normalitas	45

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas.....	46
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	47
4.3 Pengujian Hipotesis.....	48
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Keterbatasan dan Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN-LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Respoden 38
Tabel 4.2	Kelompok Usia Responden 39
Tabel 4.3	Tingkat Pendidikan Responden 40
Tabel 4.4	Jenis Pekerjaan Responden 40
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi teknologi informasi..... 42
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan dalam Penggunaan..... 42
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Resiko..... 43
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Fitur Layanan..... 43
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah..... 43
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas..... 44
Tabel 4.11	Tabel <i>Coefficient</i> Hasil Analisis Regresi Model I 49
Tabel 4.11	Hasil Perhitungan Uji t..... 49
Tabel 4.12	Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Determinasi (R^2)..... 51
Tabel 4.13	Hasil Perhitungan Uji F..... 54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	23
Gambar 4.1 Scatter Plots Uji Normalitas	46
Gambar 4.2 Grafik Hasil Uji Heterokedastisitas.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner.....	63
Lampiran B Hasil Tabulasi	67
Lampiran C Hasil Statistik Deskriptif	73
Lampiran D Hasil Uji Validitas	75
Lampiran E Hasil Uji Reliabilitas	79
Lampiran F Hasil Uji Normalitas	85
Lampiran G Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Lampiran H Hasil Uji Multikolinieritas	89
Lampiran I Hasil Uji Hipotesis	91

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pentingnya teknologi informasi dalam bisnis tidak diragukan lagi. Banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pembangkit daya (*power house*) bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam *e-business*, *e-commerce*, dan usaha Teknologi Informasi (TI) lainnya yang global. Jadi terdapat kebutuhan yang nyata bagi para manajer bisnis dan praktisi bisnis untuk memahami bagaimana mengelola fungsi organisasi yang penting ini. Mengelola sistem dan teknologi informasi yang mendukung proses bisnis modern perusahaan saat ini adalah tantangan besar untuk para manajer bisnis dan TI serta para praktisi bisnis (O'Brien, 2005).

Persepsi pemakai (*user*) dalam memandang teknologi informasi semakin baik, hal ini ditandai dengan sistem yang kemudian dibangun dianggap memberikan manfaat dalam membantu perusahaan secara internal dan eksternal. Internal mencakup aktivitas dalam proses bisnis semisal membuat faktur, surat jalan dan lainnya. Sementara faktor eksternal mencakup strategi bisnis perusahaan yang dibantu oleh teknologi informasi untuk menang dari pesaingnya, termasuk untuk mengikat pelanggan.

Istilah teknologi informasi seringkali rancu dengan istilah sistem informasi itu sendiri dan kadang menjadi bahan perdebatan. Ada yang menggunakan istilah teknologi informasi untuk menjabarkan sekumpulan sistem informasi, pemakai,

dan manajemen (Turban, McLean dan Wetherbe, 1999). Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa teknologi informasi adalah bagian dari sistem informasi (Alter, 1992).

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen. TAM (*Technology Acceptance Model*) ini dikemukakan oleh Davis (1986) yang mengembangkan kerangka pemikiran tentang minat pemanfaatan teknologi informasi. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM merupakan satu di antara banyak model penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan TI (*Perceived Ease of Use*). Resiko (*risk*) transaksi dan kelengkapan fitur layanan *internet banking* merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya (*virtual*) karena jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan *teller/customer service* dan banyak hal yang dipertimbangkan nasabah bank dalam transaksi melalui *online banking*. Variabel resiko dan fitur layanan ditambahkan untuk melihat bagaimana perilaku nasabah bank untuk menggunakan *internet banking* ini.

Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media internet adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis handphone (*phone banking*), penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar. Saat ini *internet banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk *delivery* maupun untuk persaingan antar bank. *Online banking* diperkenalkan sebagai *channel* dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui *website* bank. Nasabah dapat melakukan transaksi *non cash* setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer (jaringan internet). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi *internet banking* diharapkan dapat menekan *transactional cost* dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank.

Internet banking dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi *online* beberapa diantaranya yaitu: 1) untuk mengecek saldo rekening dan *history* transaksi bank; 2) membayar macam-macam tagihan; 3) transfer antar *account*. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai kebutuhan setiap nasabah, karena *internet banking* adalah *customer based* sehingga pangsa pasar yang dilayani diharapkan akan semakin luas.

Nasabah bank di Indonesia masih banyak yang menggunakan *internet banking* hanya sekedar melihat saldo, oleh sebab itu bank perlu meningkatkan strategi agar semakin banyak nasabah yang menggunakan internet dengan tujuan agar *value* yang diberikan nasabah bank semakin tinggi. Transaksi *e-payment* dapat lebih dikembangkan dalam aktivitas bisnis sehingga nasabah bank benar-benar merasakan manfaat *internet banking* ini. Suatu produk atau jasa mungkin sudah tersedia untuk beberapa waktu, tetapi yang penting bagi bank adalah memahami perilaku konsumen belajar tentang produk untuk pertama kalinya dan memutuskan apakah akan mengadopsinya, karena fasilitas *internet banking* tergolong baru bagi masyarakat. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen menggunakan fasilitas yang telah disediakan bank, diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang maksimal bagi konsumen, pada akhirnya memberikan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) bagi perusahaan.

Untuk tujuan meningkatkan pertumbuhan dan mempertahankan eksistensi, suatu perusahaan harus secara berkelanjutan melakukan improvisasi terhadap produk yang sudah ada dan secara periodik mengembangkan produk baru. Studi pemasaran tentang adopsi produk juga sangat penting karena rendahnya tingkat kesuksesan produk baru dalam memasuki pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1) pengaruh persepsi teknologi informasi terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*; 2) pengaruh kemudahan dalam menggunakan *internet banking* terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*; 3) pengaruh resiko menggunakan *internet banking*

terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*; 4) pengaruh fitur layanan yang disediakan *internet banking* terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*.

Penelitian tentang minat menggunakan teknologi (*internet banking*) antara lain telah dilakukan oleh Lydia Ari Widyarini dan A Yan Wellyan Toni Putro (2008) dengan hasil penelitian diperoleh bahwa pengaruh persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* terhadap minat menggunakan *internet banking* tidak signifikan; persepsi daya guna (*usefulness*) *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*; persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* berpengaruh terhadap daya guna (*usefulness*) *internet banking*; persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*; kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Penelitian ini menganalisis tentang *internet banking* BCA yang disebabkan karena adanya fenomena atau masalah yang terjadi. Bank Central Asia (BCA) merupakan Bank Indonesia yang berani mengoperasikan e-Banking secara masif di Indonesia melalui situs <https://ibank.klikbca.com/>. Yang di amankan dengan enkripsi SSL 128bit dan fasilitas firewall pada situsnya. Situs KlikBCA sendiri relatif sukar di bobol, maka serangan lebih banyak di arahkan ke pelanggan BCA. Serangan pembobolan yang sering dilakukan kebanyakan menggunakan teknik social engineering. Tidak mengherankan, KlikBCA belakangan menggunakan teknologi One Time Password (OTP) melalui KeyBCA dalam mengauthentikasi customer yang ingin melakukan transaksi. Salah satu demo kelemahan yang

paling menghebohkan dilakukan oleh Steven Haryanto dengan memalsukan situs KlikBCA dengan membeli domain www.KLIKBCA.com, KILKBCA.com, CLIKBCA.com, KLICKBCA.com, KLIKBAK.com. Orang yang salah mengetik KlikBCA akan masuk ke domain tersebut yang di buat mempunyai tampilan yang sama persis dengan KlikBCA, sehingga pengguna KlikBCA yang sebenarnya akan terkecoh dan memasukan username dan password-nya. Baru-baru ini juga sempat terjadi pembobolan uang melalui klikBCA. Modus operandinya adalah si pelaku memanfaatkan nasabah BCA yang tidak mengetahui registrasi internet banking. Nasabah tersebut diiming-imingi akan menerima undian setelah menyetor jumlah tertentu ke rekening melalui ATM. Setelah nasabah nasabah tersebut mendatangi ATM dan melakukan registrasi internet banking, yang bersangkutan kemudian dihubungi kembali oleh pelaku, kemudian nasabah diinstruksikan untuk memasukkan rekening tujuan dan besarnya uang yang akan ditransfer melalui klikBCA. Dengan adanya masalah keamanan (*security*) tersebut mendorong untuk diadakan penelitian tentang minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka kiranya perlu dilakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, KEMUDAHAN, RESIKO DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT ULANG NASABAH BANK DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING (Studi Pada Nasabah Bank BCA)”.

1.2 Pembatasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Pembatasan Masalah

Untuk pelaksanaan penelitian, maka terlebih dahulu peneliti akan menentukan apa sebenarnya yang akan diteliti. Agar sasaran pembahasan disini dapat tercapai, maka disini peneliti hanya akan mengungkapkan pembatasan masalah penelitian antara lain :

1. Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah bank BCA yang pernah dan ingin menggunakan kembali internet banking.
2. Variabel bebas penelitian ini ada 4 yaitu *persepsi teknologi informasi, kemudahan, resiko* dan *fitur layanan*. Sedangkan variabel terikat penelitian ini adalah *minat menggunakan ulang*.

1.2.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang dapat digambarkan dalam penelitian ini yaitu :
Bagaimana pengaruh antara persepsi teknologi informasi, kemudahan, resiko, dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi teknologi informasi terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*.

2. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh resiko terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*.
4. Untuk menganalisis pengaruh fitur layanan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan akan memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan serta melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan apabila kelak menghadapi masalah, terutama yang erat hubungannya dengan pengaruh *persepsi teknologi informasi, kemudahan, resiko* dan *fitur layanan* terhadap *minat ulang* nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*.
2. Bagi Bank BCA, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat ulang nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan hasil penelitian ini dibagi dalam 5 bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

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

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan serta saran dan keterbatasan dari penulis yang merupakan hasil dari penelitian yang dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teknologi Informasi

2.1.1. Pengertian Teknologi Informasi

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

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

2.1.2. Lingkup Teknologi Informasi

Teknologi informasi dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian yaitu perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*). Perangkat keras menyangkut peralatan-peralatan yang bersifat fisik, seperti memori, printer dan

keyboard. Adapun perangkat lunak meliputi : instruksi-instruksi untuk mengatur perangkat keras agar bekerja sesuai dengan tujuan instruksi tersebut (Kadir, 2003).

Sedangkan Haag (2000) membagi teknologi informasi menjadi 6 kelompok antara lain :

1. Teknologi masukan (*input*)

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

2. Teknologi keluaran (*output*)

Supaya informasi dapat diterima oleh pemakai yang membutuhkan, informasi perlu disajikan dalam berbagai bentuk baik kertas dengan menggunakan printer maupun melalui media penyimpanan seperti hardisk, dsb.

3. Teknologi perangkat lunak (*software*)

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

4. Teknologi penyimpan (*storage*)

Teknologi penyimpan menyangkut segala peralatan yang digunakan untuk menyimpan data.

5. Teknologi telekomunikasi (*telecommunication*)

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

6. Teknologi pemroses (*process*)

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

2.1.3. Peranan Teknologi Informasi

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

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

1. Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam tugas ini, teknologi informasi melakukan otomatisasi terhadap suatu tugas atau proses.
2. Teknologi informasi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.

3. Teknologi informasi berperan dalam restrukturisasi terhadap peran manusia. Dalam hal ini, teknologi berperan dalam melakukan perubahan-perubahan terhadap sekumpulan tugas atau proses.

2.1.4. Strategi Teknologi Informasi Menuju Keunggulan Kompetitif

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

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

2.1.5. Persepsi Teknologi Informasi

Perceived usefulness didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja (Davis, 1989). Sesuai dengan TAM, penggunaan sistem (*actual system usage*) paling dipengaruhi oleh minat untuk menggunakan (*behavioral intentions toward usage*). *Behavioral intentions toward usage* dipengaruhi oleh dua kepercayaan, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*). *Perceived usefulness* diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya.

2.2. Kemudahan dalam Penggunaan

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

Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan komputer (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi (Igbaria, 2000).

Sedangkan menurut Davis (1989) pengertian *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan TI

merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan TI dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.

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

2.3. Resiko

Resiko adalah suatu keadaan *uncertainty* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*. Orang-orang benar-benar mempertimbangkan jarak dan suasana *impersonal* dalam transaksi *online* dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur resiko. Resiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil diinginkan (Pavlou, 2001). Menurut Dowling dan Staelin dalam Pavlou (2001), kalau resiko itu meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan pembelian produk (transaksi), resiko diasosiasikan dengan kepercayaan (kepercayaan). Dalam penelitian ini indikator resiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko dari penggunaan internet banking, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank

untuk memperkecil resiko akan berdampak positif pada minat konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan.

2.4. Fitur Layanan

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

2.5. Minat Pemanfaatan Teknologi Informasi

Pemanfaatan teknologi menunjukkan keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi dalam menyelesaikan serangkaian tugasnya. Idealnya, dalam hubungannya dengan faktor kecocokan tugas-teknologi, pemanfaatan teknologi diukur dengan seberapa besar proporsi pemakai memilih untuk memanfaatkan sistem. Operasionalisasi tersebut

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

TAM (*technology acceptance model*) adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen (Dishaw dan Strong, 1999). Model ini menyediakan dasar teori untuk menelusuri faktor yang menjelaskan pemakaian *software* dan menghubungkannya dengan kinerja pemakai. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM merupakan satu di antara banyak model penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan manfaat teknologi informasi. Implikasi

akseptasi dapat dipelajari dengan menguji hubungan antara akseptasi teknologi informasi dan dampaknya kepada pemakai individual.

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

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

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Lydia Ari Widyarini dan A Yan Wellyan Toni Putro (2008) dengan hasil penelitian diperoleh bahwa pengaruh persepsi kemudahan

menggunakan *internet banking* terhadap niat menggunakan *internet banking* tidak signifikan; persepsi daya guna (*usefulness*) *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking*; persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* berpengaruh terhadap daya guna (*usefulness*) *internet banking*; persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking*; kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking*.

Khairani Ratnasari Siregar (2008) dengan judul Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*) Layanan SMS Banking (Studi Kasus: Adopsi Teknologi SMS Banking Mahasiswa ITB). Hasil penelitian diketahui Pencitraan dan norma subyektif memiliki peranan signifikan mempengaruhi niat mengadopsi teknologi SMS Banking secara tidak langsung. Kegunaan yang dirasa memiliki dampak positif secara signifikan pada model penerimaan teknologi, hal ini sesuai dengan model perpanjangan dari penerimaan teknologi. Kemudahan yang dirasa dan resiko yang dirasa, memiliki dampak tak langsung pada niat mengadopsi melalui kegunaan yang dirasa, sedangkan hubungan secara langsung pada dampak niat mengadopsi pada penelitian empiris ini hasilnya tidak signifikan.

Diana Soesilo (2006) dengan judul Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *mobile banking* dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment*, *Amount of Information*, *Security*

and Privacy, dan Quality of Internet/SMS Connection tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan *mobile banking*.

Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi (2007) dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*, hasil penelitiannya membuktikan bahwa faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *internet banking* adalah *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Credibility*. Faktor *Computer Self Efficacy* juga berpengaruh pada minat menggunakan internet banking secara tidak langsung melalui *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Credibility*.

Widi, Grace dan Syahrir (2007) tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Pada Industri Perbankan Di Kota Makassar. Sampel penelitian diambil sebanyak 80 responden. Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan antara faktor sosial (X1), kesesuaian tugas teknologi (X4), dan konsekuensi jangka panjang (X5) dengan pemanfaatan teknologi informasi (Y1). Hasil penelitian juga menunjukkan hubungan yang positif namun lemah antara kondisi yang memfasilitasi (X6) dengan pemanfaatan teknologi informasi sedangkan afeksi (X2) memiliki hubungan yang negatif tapi tidak signifikan dengan pemanfaatan teknologi informasi. Hasil penelitian juga menunjukkan hubungan yang negatif dan sangat signifikan antara kompleksitas (X3) dengan pemanfaatan teknologi informasi.

Harsono Basuki dan Edi Abdurachman (2007) dengan judul Analisis Peranan Perangkat Lunak Komputer Bersifat *Open Source* (Linux) Bagi Efisiensi dan Efektivitas Pemanfaatan Teknologi Informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna teknologi antara lain fleksibilitas, kemudahan penggunaan, produktivitas dan dokumentasi.

Fitra Dharma (2006) dengan judul Pengaruh *Structural Assurance* Dan *Perceived Reputation* Terhadap *Trust* Pengguna Internet di Sistem *e-Commerce*. Hasil penelitian diperoleh bahwa *structural assurance* berpengaruh secara signifikan pada kepercayaan (*trust*) pengguna internet di Indonesia terhadap sistem *e-commerce*. Hal ini menandakan bahwa keyakinan terhadap adanya mekanisme control dan prosedur keamanan seperti enkripsi, *authentication*, sertifikasi pengamanan dari pihak ketiga yang memadai terhadap situs *e-commerce* akan menimbulkan *trust* pengguna internet. Kepercayaan (*trust*) pengguna internet di Indonesia terhadap sistem *e-commerce* juga dipengaruhi oleh variabel *perceived reputation* secara signifikan dengan probabilitas 0,000.

Ashur Harmadi dan Budi Hermana (2005) dengan judul Analisis Karakteristik Individu Dan Prilaku Pengguna Internet Banking: Reliabilitas Dan Validitas Instrumen Pengukuran. Hasil uji *construct validity* menunjukkan bahwa instrumen pengukuran untuk variabel persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan menunjukkan validitas yang tinggi. Hasil analisis independent *t test* menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak dipengaruhi oleh jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan bidang pendidikan. Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa hanya persepsi manfaat yang dipengaruhi oleh lama waktu adopsi, dan

kisaran nilai transaksi melalui *internet banking*. Persepsi manfaat menunjukkan korelasi kuat positif dengan persepsi kemudahan penggunaan dan kisaran nilai transaksi. Sedangkan frekuensi penggunaan *internet banking* menunjukkan korelasi yang lemah dengan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan.

Iman Murtono Soenhadji, Ida Astuti, Septi Mariani (2008) dengan judul *Prediksi Keyakinan Mahasiswa Akan Manfaat Fasilitas Studentsite Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model*. Hasil penelitian mengidentifikasi hanya variabel *Perceived ease of use (PEOU)* dan variabel *Perceived usefulness* yang memenuhi derajat signifikansi tertentu. Jumlah mahasiswa yang meyakini manfaat *studentsite* bagi keberhasilan studi cukup membesarkan hati mengingat hasil deskriptif mencapai 83 orang (59,7%) yang setuju manfaat *studentsite*. Uji *independent sample test* mengarah pada variabel *Perceived ease of use* sebagai penentu keyakinan responden dalam memanfaatkan *studentsite* berbasis web.

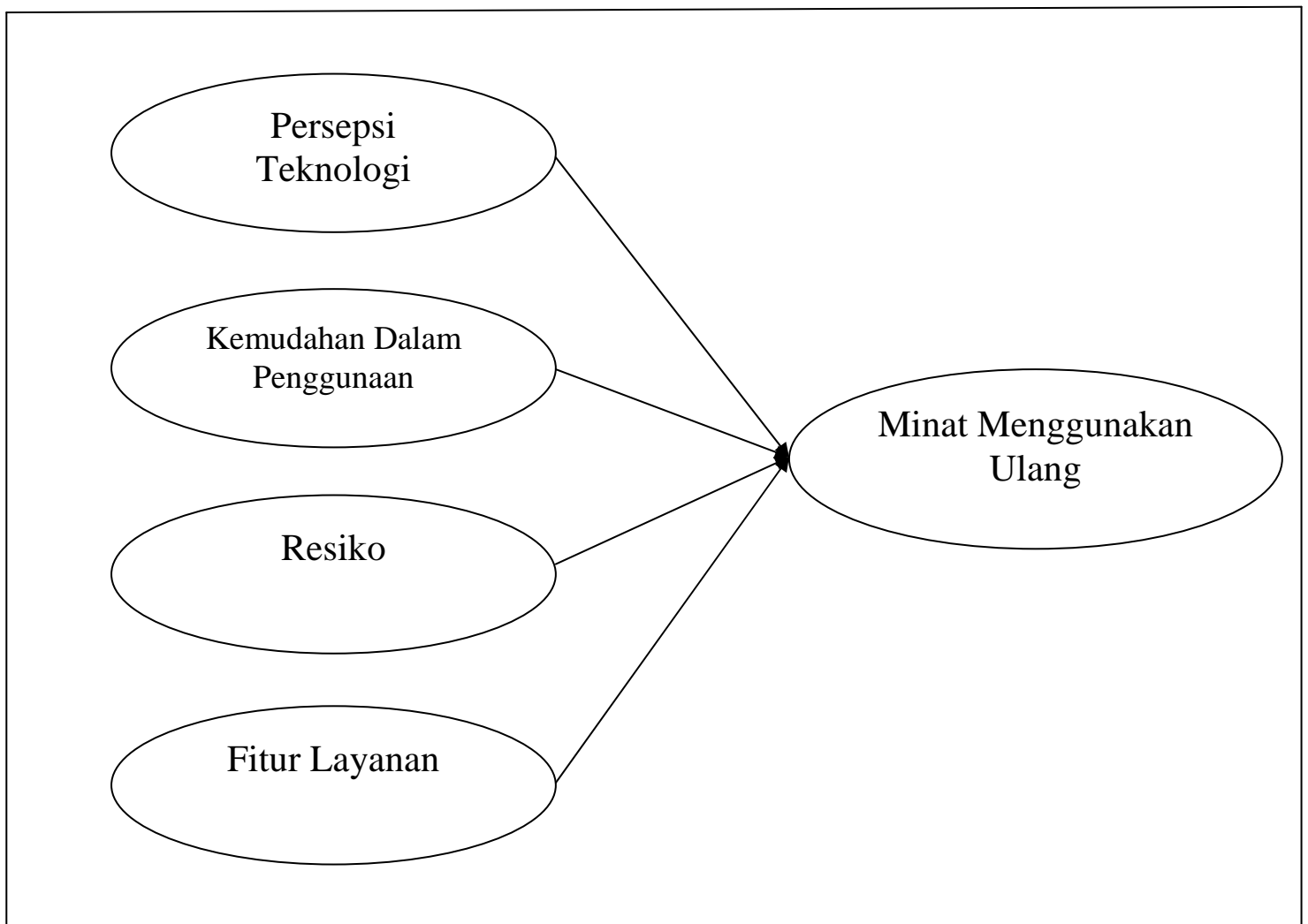
Penelitian oleh Alice M. Johnson dengan judul *The Technology Model and The Decision to Invest in Information Security*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dan *ease of use* antara lain : *external environment, prior information security experiences, perceived risks of not securing information, information security budget, security planning, confidence in information security, and security awareness and training*.

2.7. Kerangka Penelitian

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

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



2.8. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini antara lain :

- H1 : persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking
- H2 : kemudahan dalam penggunaan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking
- H3 : resiko berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking
- H4 : fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

3.1.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari obyek penelitian (Suharsimi, 2002). Populasi yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah nasabah bank BCA yang pernah dan ingin menggunakan kembali *internet banking*. Populasi dilakukan di tiga cabang Bank BCA di Kota Semarang, yaitu cabang Srandol, Pemuda, dan Kanjengan.

3.1.2. Sampel

Menurut Sugiyono (1999) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Menurut pendapat Supranto, (1994:27), Secara umum besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh maksimum *error* (*e*) dan derajat kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut, sehingga besarnya sampel dapat diketahui sebagai berikut :

- a. Dengan kepercayaan 95% dan error sampling sebesar 5% besar sampel dapat dihitung dengan rumus error (Supranto, 1994:28) :

$$e = 1.96 \frac{p(1-p)}{\sqrt{n}}$$

- b. Rumus tersebut tidak dapat digunakan secara langsung. Untuk menentukan besar sampel, karena rumus tersebut besar *p* tidak diketahui. Tetapi karena

nilai p selalu berkisar antara 0 – 1, maka besar $p(1-p)$ maksimum dapat dicari :

$$f(p) = p - p^2$$
$$\frac{df(p)}{dp} = 1 - 2p$$

Maksimum bila

$$\frac{df(p)}{dp} = 0$$

$$1 - 2p = 0$$

$$p = 0,5$$

harga maksimum $f(p)$ adalah :

$$f(p) = p(1-p)$$

$$f(p) = 0,5(1-0,5)$$

$$f(p) = 0,25$$

- c. Diketahui nilai z pada tingkat kepercayaan 95% adalah 1,96 maka besar sampel :

$$n = [p(1-p)]^2 \left[\frac{z}{e} \right]^2$$

$$n = [p(1-p)]^2 \left[\frac{1,96}{0,05} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Jadi besarnya sampel yang digunakan pada penelitian ini sebesar 100, pembulatan dari 96,04. Sedangkan untuk pengambilan sampel teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Teknik accidental sampling

dikenakan pada individu yang berdasarkan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel yang diambil dalam penelitian adalah nasabah bank BCA yang pernah dan ingin menggunakan kembali *internet banking* minimal 1 bulan sekali dan mau berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Pengertian sumber data adalah informasi yang memiliki arti bagi penggunanya. Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diambil serta dicatat untuk pertama kalinya. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini seperti data identitas responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini seperti buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Dokumentasi

Adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui catatan-catatan yang ada dan sudah tersedia seperti data aplikasi nasabah dan lain-lain.

b. Kuesioner (angket)

Adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar isian atau daftar pertanyaan yang telah disiapkan dan disusun sedemikian rupa sehingga calon responden hanya tinggal mengisi atau menandainya dengan mudah dan cepat. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan kriteria sebagai berikut :

No.	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Cukup Setuju	CS	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Persepsi atas teknologi informasi yaitu persepsi pengguna internet terhadap teknologi internet yang digunakan dan diukur melalui indikator :
 - a. Kecepatan transaksi
 - b. Kegunaan *internet banking*
 - c. Efektivitas transaksi
 - d. Mendukung aktivitas
2. Persepsi terhadap kemudahan menggunakan internet adalah persepsi nasabah bank terhadap kemampuan mereka dalam menggunakan internet yang diukur melalui indikator:
 - a. Efisiensi waktu
 - b. Kemampuan melakukan transaksi
 - c. Kemudahan operasional *internet banking*.

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

\

3.4. Jenis dan Sumber Data

Pengertian sumber data adalah informasi yang memiliki arti bagi penggunanya. Sumber data dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BCA yang ingin menggunakan ulang *internet banking*.

3.4.1. Metode Pengumpulan Data

Dalam upaya memperoleh data yang dapat dipercaya kebenarannya, tepat pada waktunya dan memberikan gambaran permasalahan secara keseluruhan digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Kuesioner (daftar pertanyaan)

Yaitu dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden untuk memperoleh jawaban yang sesuai dengan penelitian.

2. Interview

Yaitu tanya jawab atau wawancara secara langsung kepada responden agar memperoleh data yang lengkap dengan pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.5. Metode Analisis Data

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

3.5.1. Pengujian Validitas

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

3.5.2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur reliabilitas ini adalah dengan rumus koefisien alpha.

Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai alpha cronbach lebih besar dari 0,6 dimana pada pengujian reliabilitas ini menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 13.

3.5.3. Asumsi Klasik

1) Uji Multikolonieritas

Bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol. Menganalisis matriks korelasi variabel–variabel bebas. Langkah menganalisis asumsi multikolinieritas yaitu jika nilai VIF lebih kecil dari angka 10 maka tidak terjadi problem multikolinieritas. Dan jika nilai VIF lebih dari angka 10 maka terjadi problem multikolinieritas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Cara menganalisis asumsi heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana :

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

3) Uji Normalitas

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

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

3.5.4. Analisis Regresi Linier Berganda

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

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + e$$

Keterangan :

β_0	= koefisien konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	= koefisien regresi
x_1	= Persepsi terhadap teknologi informasi
x_2	= Kemudahan dalam penggunaan
x_3	= Resiko
x_4	= Fitur layanan
y	= Minat menggunakan ulang
e	= error

3.5.5. Pengujian Hipotesis

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

1) Uji t

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

a) H_0 : Tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 : Ada pengaruh antara variabel independen terhadap dependen.

b) Taraf uji $\alpha = 0,05$

c) Uji satu sisi

d) Rumus t hitung

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

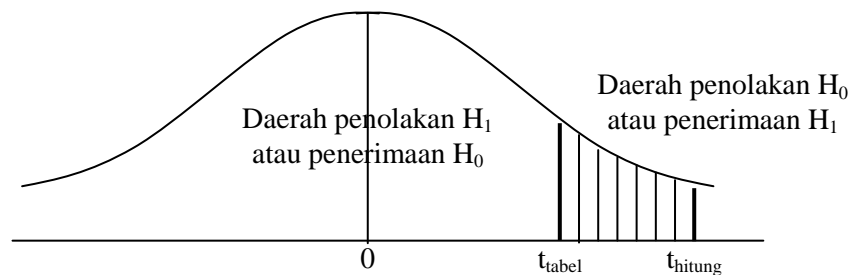
Keterangan :

t = t hitung

b_1 = koefisien regresi

$SE b_1$ = standar error koefisien regresi

Hasil dari pengujian di atas yang menggunakan uji t adalah :



Gambar 3.1 Kurva Uji t

2) Uji F

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

a) H_0 : Tidak adanya pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen

H_1 : Ada pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

b) Taraf uji $\alpha = 0,05$

c) *Degree of freedom* : $dk = k: n-k-1$

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

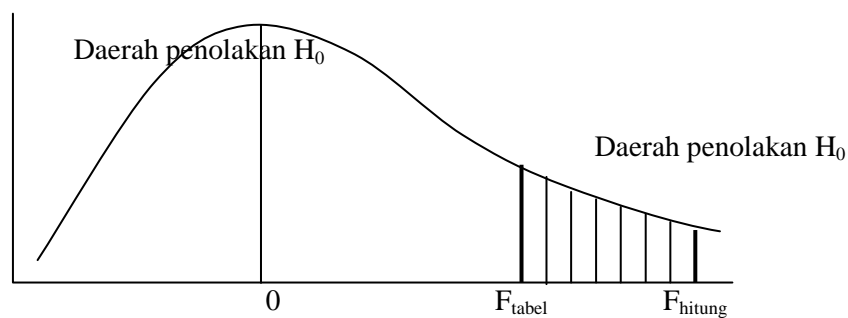
Keterangan :

F = F hitung

R = koefisien determinasi

n-k-1 = degree of freedom

Hasil dari uji F adalah sebagai berikut :



Gambar 3.2 Kurva Uji F

3.5.6. Koefisien Determinasi

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

hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

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

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden menggambarkan tentang karakteristik responden yang merupakan sesuatu yang erat hubungannya dengan ciri responden secara individu, atau dengan kata lain karakteristik responden akan keadaan, sifat atau ciri-ciri khusus yang dapat memberikan gambaran tentang keadaan responden tersebut. Adapun karakteristik konsumen yang diteliti meliputi :

4.1.1 Responden menurut jenis kelamin

Jenis kelamin yang dijadikan sebagai responden tentang minat nasabah yang menggunakan *internet banking* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Respoden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	60	60%
2	Perempuan	40	40%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2010

Dari data 4.1 di atas menunjukkan jumlah responden laki-laki lebih banyak dibanding dengan responden perempuan. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa *internet banking* lebih banyak digunakan oleh laki-laki dibandingkan dengan perempuan.

4.1.2 Responden Menurut Umur

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai umur responden dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2
Kelompok Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	< 20 Tahun	13	13%
2	21 – 30 Tahun	40	40%
3	31 – 40 Tahun	25	25%
4	41 – 50 Tahun	19	19%
5	> 50 Tahun	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2010

Dari data yang disajikan Tabel 4.2, dapat dilihat bahwa dari 5 jenis pilihan umur responden, sebagian besar umur responden berusia antara 21–30 tahun, yaitu sebanyak 40 orang (40%) yang terdiri dari 28 orang laki-laki dan 12 orang perempuan. Banyaknya responden yang berusia 21 – 30 tahun menandakan bahwa penggunaan *internet banking* memiliki pangsa pasar pada nasabah yang berusia 21 – 30 tahun karena pada usia ini merupakan usia produktif yang berada di lingkungan kerja.

4.1.3 Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang menjadi faktor internal dalam pengaruhnya terhadap kemudahan dalam penggunaan suatu persepsi teknologi informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan, seseorang semakin rasional dalam mempertimbangkan suatu keputusan. Tingkat pendidikan ini juga akan menunjukkan ciri-ciri pelakunya. Tingkat

pendidikan responden dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Tingkat Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD	0	0%
2	SMP	8	8%
3	SMU/STM	31	31%
4	Diploma/Sarjana	50	50%
5	Lain-lain	11	11%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2010

Dari data yang disajikan Tabel 4.3, dapat dilihat bahwa responden dengan tingkat pendidikan Diploma / Sarjana adalah paling banyak yaitu 50 orang (50%). Banyaknya responden yang berpendidikan D3/Sarjana menandakan bahwa pemilihan penggunaan *internet banking* sebagai pilihan dalam menggunakan fasilitas perbankan yang telah dipertimbangkan dengan matang dan rasional.

4.1.4 Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Dalam penelitian ini jenis pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.4
Jenis Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar / Mahasiswa	23	23%
2	ABRI / POLRI / PNS	9	9%
3	Wiraswasta	30	30%
4	Ibu Rumah Tangga	8	8%
5	Karyawan Swasta	22	22%
6	Pensiunan	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2010

Dari Tabel 4.4 di atas, sebagian besar responden adalah berprofesi sebagai wiraswasta, yaitu sebanyak 30 orang (30%). Hal ini berarti bahwa penggunaan *internet banking* lebih banyak digunakan oleh *costumer* yang melakukan aktivitasnya sebagai wiraswasta karena dapat mendukung pekerjaannya.

4.2 Hasil Analisa Data

4.2.1 Hasil Uji Kualitas Data

Berdasarkan metode analisis data yang telah dijelaskan pada bagian metode penelitian, pengujian pertama yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji kualitas data. Uji kualitas data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

4.2.1.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur (Arikunto, 1997). Adapun caranya adalah dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu.

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS for Windows Versi 13. Dalam penelitian ini, sebelum dilakukan pengujian validitas terhadap 100 responden, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap 30 responden untuk menguji alat ukur tersebut dapat dipergunakan atau tidak. Pengambilan keputusan

berdasarkan jika nilai P Value / Signifikansi < 0,05 maka item/pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya (Ghozali, 2001). Adapun hasil pengolahan data tersebut dapat dibaca pada tabel dibawah ini:

1) Uji Validitas Variabel Persepsi teknologi informasi

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi teknologi informasi

Pertanyaan	r	P Value / Signifikansi	Status
Pertanyaan 1	0,806	0,000	Valid
Pertanyaan 2	0,587	0,010	Valid
Pertanyaan 3	0,537	0,020	Valid
Pertanyaan 4	0,785	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2010

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel persepsi teknologi informasi memiliki status valid.

2) Uji Validitas Variabel Kemudahan dalam penggunaan

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan dalam penggunaan

Pertanyaan	R	P Value / Signifikansi	Status
Pertanyaan 1	0,687	0,000	Valid
Pertanyaan 2	0,757	0,000	Valid
Pertanyaan 3	0,819	0,000	Valid
Pertanyaan 4	0,839	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2010

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel kemudahan memiliki status valid.

3) Uji Validitas Variabel Resiko

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Resiko

Pertanyaan	R	P Value / Signifikansi	Status
Pertanyaan 1	0,608	0,000	Valid
Pertanyaan 2	0,653	0,000	Valid
Pertanyaan 3	0,745	0,000	Valid
Pertanyaan 4	0,741	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2010

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel resiko memiliki status valid.

4) Uji Validitas Variabel Fitur layanan

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Fitur layanan

Pertanyaan	R	P Value / Signifikansi	Status
Pertanyaan 1	0,721	0,000	Valid
Pertanyaan 2	0,784	0,000	Valid
Pertanyaan 3	0,632	0,000	Valid
Pertanyaan 4	0,744	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2010

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel fitur layanan memiliki status valid.

5) Uji Validitas Variabel Minat ulang nasabah

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Minat ulang nasabah

Pertanyaan	R	P Value / Signifikansi	Status
Pertanyaan 1	0,996	0,000	Valid
Pertanyaan 2	0,996	0,000	Valid
Pertanyaan 3	0,996	0,000	Valid
Pertanyaan 4	0,972	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2010

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel minat ulang nasabah memiliki status valid.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

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

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

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Nilai Alpha	Keputusan
Persepsi teknologi informasi	X11 – X14	0,630	Reliabel
Kemudahan dalam penggunaan	X21 – X24	0,776	Reliabel
Resiko	X31 – X34	0,626	Reliabel
Fitur layanan	X41 – X44	0,684	Reliabel
Minat ulang nasabah	Y1 – Y4	0,992	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2010

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat terlihat bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Alpha Cronbach* yang lebih besar dari 0,6 sehingga dapat

disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini berstatus reliabel.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah sample yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. (Ghozali, 2001)

Berdasarkan hasil pengujian SPSS, *Normal Probability Plot* yang terbentuk adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1
Scatter Plots Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y



Jika dilihat berdasarkan grafik 4.1 di atas, maka data dari semua data berdistribusi normal. Hal ini karena semua data menyebar mengikuti garis Normalitas.

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang “sempurna” atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Istilah multikolinearitas berkenaan dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan linear pasti, dan istilah kolinearitas dengan derajatnya satu hubungan linear (Gujarati, 1999).

Menurut Ghozali (2001) multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel

terikat dan diregresi terhadap variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10. Setiap analisa harus menentukan tingkat kolinearitas yang masih dapat ditolerir.

Hasil Analisis pada bagian *Coefficient* terlihat untuk keempat variabel independent, angka VIF yang lebih kecil dari 10 (1,155 ; 1,127 ; 1,038 dan 1,099). Demikian juga dengan nilai *Tolerance* kurang dari 1 yaitu 0,865 ; 0,887 ; 0,964 dan 0,910.

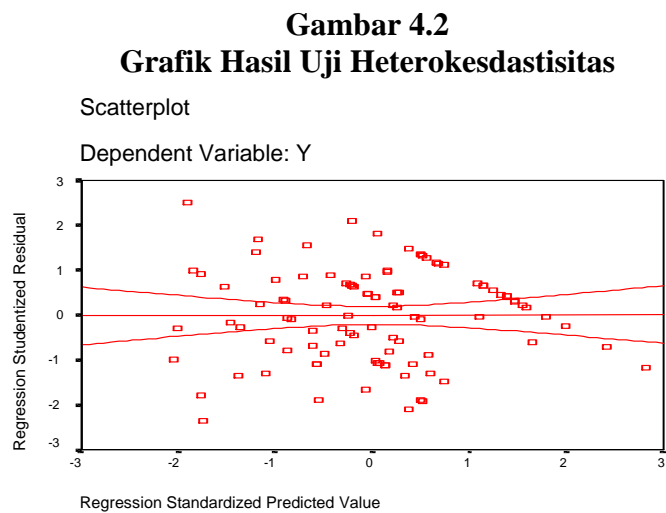
Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinearitas. Maka model regresi yang ada layak untuk dipakai.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2001) juga berpendapat bahwa Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Deteksi adanya Heterokedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik, di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu

X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. (Santoso, 2000). Adapun grafik hasil pengujian dengan SPSS adalah sebagai berikut:



Dari grafik 4.2 di atas terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai memprediksi minat ulang nasabah.

4.3 Uji Hipotesis

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (*independent*) yaitu persepsi teknologi informasi (X_1), kemudahan dalam penggunaan (X_2), resiko (X_3) dan fitur layanan (X_4) terhadap variabel terikat (dependent) yaitu minat ulang nasabah (Y).

4.3.1 Uji Regresi

Besarnya pengaruh variabel independent (persepsi teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, resiko dan fitur layanan) dengan variabel dependent (minat ulang nasabah) secara bersama-sama dapat dihitung melalui suatu persamaan regresi berganda.

Berdasarkan perhitungan melalui komputer dengan menggunakan program SPSS (Release 13) diperoleh hasil regresi sebagai berikut :

Tabel 4.11
Tabel Coefficient Hasil Analisis Regresi

Coefficients^a

		Model				
		1				
		(Constant)	X1	X2	X3	X4
Unstandardized	B	-31,227	,864	,455	,750	,710
Coefficients	Std. Error	4,511	,163	,138	,166	,145
Standardized Coefficients	Beta		,400	,246	,324	,359
t		-6,922	5,307	3,298	4,526	4,886
Sig.		,000	,000	,001	,000	,000
Correlations	Zero-order		,444	,441	,412	,314
	Partial		,478	,320	,421	,448
	Part		,372	,231	,318	,343
Collinearity Statistics	Tolerance		,865	,887	,964	,910
	VIF		1,155	1,127	1,038	1,099

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan Tabel 4.11, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah :

$$Y = 0,400 X_1 + 0,246 X_2 + 0,324 X_3 + 0,359 X_4$$

Keterangan :

X₁ = Persepsi teknologi informasi

X₂ = Kemudahan dalam penggunaan

X₃ = Resiko

X₄ = Fitur layanan

Y = Minat Ulang

Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh adalah variabel persepsi teknologi informasi dengan koefisien 0,400. Kemudian diikuti oleh variabel yang lain yaitu variabel fitur layanan dengan koefisien 0,359, variabel resiko dengan koefisien 0,324. Sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah yaitu variabel kemudahan dalam penggunaan dengan nilai koefisien 0,246. Dari persamaan tersebut dapat terlihat bahwa keseluruhan variabel bebas (persepsi teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, resiko dan fitur layanan) berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*.

Dari hasil perhitungan, menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah sebesar 0,730, artinya angka tersebut menunjukkan hubungan antara variabel dependen yaitu minat ulang nasabah dengan variabel independen yaitu persepsi teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, resiko dan fitur layanan adalah erat dan positif karena semakin mendekati angka satu (1).

Sedangkan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.12
Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b

		Model
		1
R		,730 ^a
R Square		,532
Adjusted R Square		,512
Std. Error of the Estimate		2,83713
Change Statistics	R Square Change	,532
	F Change	27,018
	df1	4
	df2	95
	Sig. F Change	,000
Durbin-Watson		1,945

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

b. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan hasil perhitungan estimasi regresi, diperoleh nilai Koefisien Determinasi yang disesuaikan (*adjusted R²*) adalah 0,512 artinya 51,2 persen variasi dari semua variabel bebas (persepsi teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, resiko dan fitur layanan) dapat menerangkan variabel tak bebas (minat ulang nasabah), sedangkan sisanya sebesar 48,8 persen diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Pengujian koefisien regresi bertujuan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) baik secara bersama-sama (dengan Uji F) maupun secara individual (dengan Uji t).

1) Uji t (t-test)

Uji t (t-test) ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh secara parsial (individu) variabel-variabel independen (persepsi teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, resiko dan fitur layanan) terhadap variabel dependen (minat

menggunakan ulang nasabah) atau menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen. Hasil perhitungan uji t dapat dilihat di Tabel 4.11 pada halaman 49.

a. Tes Hipotesis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi (X_1) terhadap Minat Ulang nasabah (Y)

Dikemukakan hipotesis :

H1 : Diduga terdapat pengaruh positif persepsi teknologi informasi produk terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Dari hasil perhitungan didapat nilai t hitung sebesar 5,307 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Apabila dilihat dari nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan **H1 diterima**, artinya bahwa ada pengaruh variabel persepsi teknologi informasi terhadap minat ulang nasabah.

b. Tes Hipotesis Kemudahan dalam Penggunaan (X_2) terhadap Minat Ulang nasabah (Y)

Dikemukakan hipotesis :

H2 : Diduga terdapat pengaruh positif kemudahan dalam penggunaan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*.

Dari hasil perhitungan didapat nilai t hitung sebesar 3,298 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Apabila dilihat dari nilai signifikansi

yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan **H2 diterima**, artinya bahwa ada pengaruh yang sangat berarti variabel kemudahan dalam penggunaan terhadap minat ulang nasabah.

c. Tes Hipotesis Pengaruh Resiko (X3) terhadap Minat Ulang nasabah (Y)

Dikemukakan hipotesis :

H3 : Diduga terdapat pengaruh positif resiko terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Dari hasil perhitungan didapat nilai t hitung sebesar 4,526 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Apabila dilihat dari nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan **H3 diterima**, artinya bahwa ada pengaruh yang sangat berarti variabel resiko terhadap minat ulang nasabah.

d. Tes Hipotesis Pengaruh Fitur Layanan (X4) terhadap Minat Ulang nasabah (Y)

Dikemukakan hipotesis :

H4 : Diduga terdapat pengaruh positif fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Dari hasil perhitungan didapat nilai t hitung sebesar 4,886 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Apabila dilihat dari nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan **H4 diterima**, artinya bahwa ada

pengaruh yang sangat berarti variabel fitur layanan terhadap ulang minat nasabah.

2) Uji F (F-test)

Uji F (F-test) dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen (persepsi teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, resiko dan fitur layanan) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel tak bebas (minat ulang nasabah). Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Perhitungan Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	869,906	4	217,476	27,018	,000 ^a
	Residual	764,684	95	8,049		
	Total	1634,590	99			

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

b. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Kriteria yang digunakan adalah :

Ho : Tidak ada pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, resiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah

H₁ : Ada pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, resiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah

Dari hasil perhitungan didapat nilai F hitung sebesar 27,018 dengan probabilitas signifikansi mendekati nol ($P \text{ value} = 0,000$), Dengan demikian H_0 ditolak, artinya bahwa variabel persepsi teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, resiko dan fitur layanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Variabel persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking. Ini ditandai dengan nilai t hitung variabel adalah 5,307 dan lebih besar dari pada t tabel (1,99). Pengaruh yang diberikan bersifat positif, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel persepsi teknologi informasi pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,400.
2. Variabel kemudahan dalam penggunaan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking. Ini ditandai dengan nilai t hitung variabel adalah 3,298 dan lebih besar dari pada t tabel (1,99). Pengaruh yang diberikan bersifat positif, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel kemudahan dalam penggunaan pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,246.
3. Secara parsial variabel resiko berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking. Ini ditandai dengan nilai t hitung variabel ini adalah 4,526 dan lebih besar dari pada t tabel (1,99). Secara simultan pengaruh yang diberikan bersifat positif, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel resiko pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,324.

4. Variabel fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking. Ini ditandai dengan nilai t hitung variabel adalah 4,886 dan lebih besar dari pada t tabel (1,99). Pengaruh yang diberikan bersifat positif, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel fitur layanan pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,359.
5. Besarnya koefisien determinasi yang disesuaikan (adjusted R²) sebesar 0,512 artinya 51,2 persen variasi dari semua variabel bebas (persepsi teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, resiko dan fitur layanan) dapat menerangkan variabel tak bebas (minat ulang nasabah menggunakan internet banking), sedangkan sisanya sebesar 48,8 persen diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

5.2. Keterbatasan dan Saran

Setelah mengkaji hasil penelitian ini maka keterbatasan dan saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

5.2.1 Keterbatasan

1. Penelitian ini menggunakan populasi pada Kantor Bank BCA di kota Semarang, Hanya para nasabah di 3 Kantor cabang BCA yang dijadikan responden pada penelitian ini.
2. Keterbatasan yang melekat pada data yang diperoleh melalui kuesioner, karena perbedaan persepsi penulis dengan responden penelitian.

3. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini hanya berasal dari pengguna internet banking BCA sehingga pemodelan dalam penelitian ini mungkin tidak dapat memasukkan persepsi dari pihak lain yaitu pihak bank selaku penyedia internet banking karena penulis tidak melakukan wawancara dengan manajer bank dikarenakan penulis lebih tertarik untuk mengukur pengaruh persepsi teknologi, kemudahan, resiko, dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking.

5.2.2 Saran

1. Variabel persepsi teknologi informasi mempunyai pengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking, maka diharapkan perusahaan tetap berusaha mempertahankan dan meningkatkan persepsi teknologi informasi yang berhubungan langsung dengan konsumen. Dan beberapa cara yang dapat dilakukan adalah dengan menawarkan fasilitas internet banking pada konsumen yang berinteraksi dengan customer service.
2. Resiko berkorelasi terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking, untuk itu perusahaan juga memberikan kesadaran kepada nasabah bahwa penggunaan internet banking juga memiliki resiko sehingga terjadi pemahaman pada nasabah akan resiko dengan menggunakan internet banking.
3. Kuatnya pengaruh variabel kemudahan dalam penggunaan terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking, maka dari itu

perusahaan terus aktif mempromosikan fasilitas internet banking baik dengan brosur maupun dengan penawaran langsung kepada nasabah.

4. fitur layanan mempunyai pengaruh yang kuat dengan variabel minat ulang nasabah menggunakan internet banking, maka diharapkan perusahaan tetap *update* fitur-fitur yang dibutuhkan oleh nasabah. Adanya kelengkapan fitur akan memudahkan nasabah dalam mendukung aktivitasnya sehingga nasabah akan terus menggunakan internet banking.

DAFTAR PUSTAKA

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

- Iman Murtono Soenhadji, Ida Astuti, dan Septi Mariani, 2005, *Prediksi Keyakinan Mahasiswa Akan Manfaat Fasilitas Studentsite Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model*, Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2008 (SNATI 2008) Yogyakarta.
- Kadir, A & Triwahyuni, T.C. (2003). *Pengenalan teknologi informasi*, Yogyakarta: Andi.
- Kadir, A. (2003). *Pengenalan sistem informasi*. Yogyakarta: Andi.
- LMIS (Lockheed Martin Information Systems). 1999. Year 2000 Issues.Statement accessed on company website during 1999.
- Lucas, H.C., Jr. *Information Technology and the Productivity Paradox: Assessing the Value of Investing in IT*. New York: Oxford University Press, 1999.
- Lydia Ari Widyarini dan A. Yan Wellyan Toni Putro, 2008, *Analisis Hubungan Faktor-Faktor Technology, Acceptance, Trust Dan Risk Pada Niat Nasabah Bank Untuk Menggunakan Internet Banking*. The 2nd National Conference UKWMS Surabaya, 6 September 2008.
- O'Brian, David and Detmar Straub.2005. The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of e-Commerce Adoption *Journal of the association for information system, volume I, article 8, October 2005*.
- Oxford, Allen & Hamilton, (1995), "*Booz- Allen's Worldwide Survey Revealed a Huge Perception Gap Between Japanese and American/European Banks Regarding Internet Banking*."
- Pavlou, Fred, (2001), "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly, September*.
- Santoso, Singgih, 2000, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Elex Media Komputindo, Jakarta
- Singarimbun, Masri dan Effendi, 1995, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta
- Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi, 2007, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi - Universitas Kristen Petra. <http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting>

Suharsimi Arikunto. 1996. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Supranto, J. 1998. *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jakarta : Erlangga

Sutrisno Hadi. 1994. *Analisa Regresi*. Yogyakarta : Andi Offset.

Umar, Husein. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 1998.

LAMPIRAN A

KUESIONER

DAFTAR PERTANYAAN (KUESIONER)

**Berilah tanda silang pada jawaban yang saudara anggap paling benar.
Hanya ada satu jawaban pada setiap nomor.**

I. Identitas Responden.

- 1) Nama Responden :
 - 2) Alamat Responden :
 - 3) Umur Responden : tahun
 - 4) Jenis Kelamin :
 1. Pria
 2. Wanita
 - 5) Pendidikan :
 1. SD
 2. SMP
 3. SMU
 4. D3/SARJANA
 5. LAINNYA.....
 - 6) Jenis Pekerjaan :
 1. Pelajar/mahasiswa
 2. ABRI/POLRI/PNS
 3. Wiraswasta
 4. Ibu rumah tangga
 5. Karyawan Swasta
 6. Pensiunan
-
- 1) Apakah anda pernah menggunakan internet banking ? Ya / Tidak
 - 2) Berapa kali anda menggunakan internet banking dalam satu bulan : kali

II. PERSEPSI ATAS TEKNOLOGI

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kecepatan transaksi dengan internet banking sangat tinggi					
2	Internet banking memiliki banyak manfaat bagi nasabah					
3	Transaksi yang dilakukan dengan menggunakan internet banking sangat efektif.					
4	Internet banking sangat mendukung aktivitas saya					

III. PERSEPSI KEMUDAHAN MENGGUNAKAN INTERNET BANKING

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

IV. PERSEPSI ATAS RESIKO

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

V. PERSEPSI ATAS FITUR LAYANAN

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Bank menyediakan fasilitas transaksi yang lengkap dalam internet banking					
2	Setiap kebutuhan nasabah akan terpenuhi karena fasilitas internet banking yang lengkap					
3	Internet banking memiliki keamanan yang tinggi terhadap bahaya virus komputer					
4	Biaya penggunaan internet banking sangat murah					

VI. MINAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan internet banking di masa yang akan datang					
2	Internet banking sangat sesuai dengan kebutuhan saya					
3	Saya mendapat dukungan yang besar dari rekan-rekan maupun keluarga dalam menggunakan internet banking					
4	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain yang membutuhkan internet banking					

LAMPIRAN B

TABULASI

LAMPIRAN B TABULASI

No Resp	Tehnologi					Kemudahan					Resiko					Fitur					Minat Menggunakan				
	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	Total
1	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
2	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	2	3	3	2	10
3	4	3	4	4	15	5	3	4	4	16	5	3	4	3	15	4	4	4	4	16	2	3	3	2	10
4	4	4	5	4	17	3	3	3	3	12	4	5	5	5	19	2	2	3	2	9	1	2	1	1	5
5	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	2	3	3	2	10
6	4	3	3	4	14	4	4	5	4	17	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	2	3	3	2	10
7	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14	4	3	3	4	14	4	4	3	2	13	1	2	2	1	6
8	5	3	4	5	17	4	3	5	5	17	3	4	4	3	14	4	3	4	5	16	2	3	3	2	10
9	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	2	3	3	2	10
10	5	4	4	5	18	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	2	11
11	4	3	4	3	14	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	3	4	5	4	16	3	3	3	2	11
12	4	3	5	5	17	4	3	4	4	15	3	3	4	3	13	4	3	4	4	15	1	2	2	2	7
13	5	5	5	5	20	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	2	11
14	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	3	4	4	3	14	4	3	2	4	13	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	3	4	5	3	15	5	3	4	4	16	3	3	3	2	11
16	5	3	4	5	17	5	4	3	4	16	4	4	5	4	17	3	3	5	5	16	3	3	3	3	12
17	3	5	5	4	17	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12

18	3	4	4	3	14	3	3	2	2	10	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
19	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	3	4	5	3	15	4	4	5	4	17	3	3	3	3	12
21	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	3	5	5	17	3	3	3	3	12
22	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15	3	5	4	3	15	4	4	4	5	17	3	3	3	3	12
23	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	3	5	5	3	16	4	4	5	4	17	3	3	3	3	12
24	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	3	4	4	3	14	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
27	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	3	3	3	3	12
28	4	3	3	4	14	3	3	3	2	11	5	4	5	5	19	5	4	4	4	17	3	3	3	3	12
29	4	4	5	5	18	4	4	3	4	15	3	4	3	3	13	4	3	4	4	15	2	2	2	2	8
30	4	3	3	4	14	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19	5	4	4	4	17	3	3	3	3	12
31	4	3	3	4	14	4	4	4	3	15	3	4	4	3	14	4	3	4	4	15	2	2	2	2	8
32	5	4	5	5	19	4	3	4	4	15	3	4	4	3	14	4	3	4	4	15	2	2	2	2	8
33	5	5	3	5	18	5	3	5	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	3	3	2	10
34	3	4	3	4	14	5	3	3	3	14	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	3	4	3	3	13
35	4	3	3	4	14	4	4	5	5	18	3	5	5	3	16	5	5	4	4	18	3	4	3	3	13
36	5	3	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
37	3	4	3	4	14	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	3	4	3	3	13
38	4	3	5	5	17	5	3	5	3	16	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
39	5	4	3	5	17	4	3	5	4	16	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	4	5	4	4	17
40	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	3	3	3	3	12	4	5	4	4	17
41	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	4	5	4	4	17	4	4	4	3	15	4	5	4	4	17

42	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	3	5	5	3	16	5	4	4	4	17	4	5	4	5	18
43	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	4	4	5	5	18	3	4	3	3	13
44	4	3	4	4	15	5	3	4	4	16	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18	3	4	3	3	13
45	3	3	5	5	16	4	5	4	4	17	5	5	5	4	19	5	3	4	3	15	4	5	4	5	18
46	3	3	4	4	14	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18	3	4	3	3	13
47	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19	4	5	5	5	19	4	5	4	5	18
48	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
49	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12	5	5	5	4	19	3	5	5	5	18	3	4	3	3	13
50	4	4	3	4	15	4	3	4	3	14	4	4	4	3	15	5	5	4	4	18	3	4	3	3	13
51	5	5	5	5	20	2	2	2	2	8	4	5	4	5	18	2	2	3	2	9	1	1	1	1	4
52	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	4	4	3	3	14	4	4	5	5	18	3	4	3	3	13
53	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
54	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19	4	3	3	4	14	5	5	5	5	20
55	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
56	3	3	4	4	14	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	3	5	5	18	3	4	4	3	14
57	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	3	4	4	3	14
58	3	3	4	5	15	4	3	4	4	15	5	3	4	4	16	4	5	5	5	19	3	4	4	3	14
59	5	5	3	5	18	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19	4	3	3	4	14	5	5	5	5	20
60	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	4	3	4	4	15	5	5	5	5	20
61	5	5	5	3	18	4	4	5	5	18	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
62	3	3	5	5	16	5	5	4	4	18	5	5	5	3	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
63	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	3	4	4	3	14
64	3	3	4	4	14	3	4	4	4	15	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	3	4	4	3	14
65	3	3	5	5	16	5	3	5	5	18	4	4	5	5	18	4	3	4	4	15	5	5	5	5	20

66	5	5	5	3	18	5	4	5	4	18	5	4	4	3	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
67	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	3	4	4	3	14
68	4	4	5	4	17	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	3	4	4	3	14
69	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	5	4	4	3	16	4	4	5	3	16	2	3	3	2	10
70	5	5	5	4	19	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
71	3	3	5	5	16	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	4	3	4	5	16	5	5	5	5	20
72	4	4	5	5	18	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
73	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19	5	5	5	3	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
74	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	3	3	3	3	12	5	3	5	5	18	4	4	4	3	15
75	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	3	3	3	13	5	5	5	4	19	4	4	4	3	15
76	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	4	3	4	4	15	5	5	5	5	20
77	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
78	3	5	5	3	16	4	4	4	4	16	4	4	5	3	16	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16
79	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	4	3	5	5	17	5	5	5	5	20
80	4	4	5	3	16	5	4	3	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
82	4	5	4	4	17	5	3	3	5	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
83	5	3	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16
84	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	3	18	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
85	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
86	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	3	3	3	13	5	5	5	5	20
87	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
88	5	5	5	5	20	4	3	5	4	16	4	5	4	4	17	4	3	5	5	17	5	5	5	5	20
89	5	5	5	5	20	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	5	5	3	17	5	5	5	5	20

90	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	5	3	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
91	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
92	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
93	4	4	4	5	17	5	4	3	4	16	4	4	5	4	17	4	3	5	5	17	4	4	4	4	16
94	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	5	5	4	3	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
95	5	5	5	5	20	5	3	4	4	16	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
96	3	5	5	4	17	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
97	3	4	4	3	14	3	3	2	2	10	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
98	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	3	17	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16
99	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	5	4	5	3	17	4	4	5	4	17	3	3	3	3	12
100	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	3	5	5	17	3	3	3	3	12

LAMPIRAN C
HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF

LAMPIRAN C
HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	14,7900	4,06337	100
X1	16,5400	1,88251	100
X2	16,2400	2,19329	100
X3	16,6000	1,75234	100
X4	16,7400	2,05785	100

LAMPIRAN D

Hasil Uji Validitas Data

LAMPIRAN D

Hasil Uji Validitas Data

1. VARIABEL TEKNOLOGI INFORMASI

Correlations

		x1	x11	x12	x13	x14
x1	Pearson Correlatio	1	,806**	,587**	,537**	,789**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,002	,000
	N	30	30	30	30	30
x11	Pearson Correlatio	,806**	1	,264	,107	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000		,159	,573	,000
	N	30	30	30	30	30
x12	Pearson Correlatio	,587**	,264	1	,299	,111
	Sig. (2-tailed)	,001	,159		,109	,558
	N	30	30	30	30	30
x13	Pearson Correlatio	,537**	,107	,299	1	,253
	Sig. (2-tailed)	,002	,573	,109		,178
	N	30	30	30	30	30
x14	Pearson Correlatio	,789**	,695**	,111	,253	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,558	,178	
	N	30	30	30	30	30

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

2. VARIABEL KEMUDAHAN DALAM MENGGUNAKAN

Correlations

		x2	x21	x22	x23	x24
x2	Pearson Correlation	1	,687**	,757**	,819**	,839**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
x21	Pearson Correlation	,687**	1	,337	,384*	,541**
	Sig. (2-tailed)	,000		,069	,036	,002
	N	30	30	30	30	30
x22	Pearson Correlation	,757**	,337	1	,484**	,528**
	Sig. (2-tailed)	,000	,069		,007	,003
	N	30	30	30	30	30
x23	Pearson Correlation	,819**	,384*	,484**	1	,560**
	Sig. (2-tailed)	,000	,036	,007		,001
	N	30	30	30	30	30
x24	Pearson Correlation	,839**	,541**	,528**	,560**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,003	,001	
	N	30	30	30	30	30

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

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

3. VARIABEL RESIKO

Correlations

		x3	x31	x32	x33	x34
x3	Pearson Correlation	1	,608**	,653**	,745**	,741**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
x31	Pearson Correlation	,608**	1	,040	,308	,299
	Sig. (2-tailed)	,000		,835	,098	,108
	N	30	30	30	30	30
x32	Pearson Correlation	,653**	,040	1	,471**	,345
	Sig. (2-tailed)	,000	,835		,009	,062
	N	30	30	30	30	30
x33	Pearson Correlation	,745**	,308	,471**	1	,322
	Sig. (2-tailed)	,000	,098	,009		,083
	N	30	30	30	30	30
x34	Pearson Correlation	,741**	,299	,345	,322	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,108	,062	,083	
	N	30	30	30	30	30

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

4. VARIABEL FITUR LAYANAN

Correlations

		x4	x41	x42	x43	x44
x4	Pearson Correlation	1	,721**	,784**	,632**	,744**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
x41	Pearson Correlation	,721**	1	,454*	,377*	,375*
	Sig. (2-tailed)	,000		,012	,040	,041
	N	30	30	30	30	30
x42	Pearson Correlation	,784**	,454*	1	,244	,447*
	Sig. (2-tailed)	,000	,012		,193	,013
	N	30	30	30	30	30
x43	Pearson Correlation	,632**	,377*	,244	1	,283
	Sig. (2-tailed)	,000	,040	,193		,130
	N	30	30	30	30	30
x44	Pearson Correlation	,744**	,375*	,447*	,283	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,041	,013	,130	
	N	30	30	30	30	30

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

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

5. VARIABEL MINAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING

Correlations

		y	y1	y2	y3	y4
y	Pearson Correlation	1	,996**	,996**	,996**	,972**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
y1	Pearson Correlation	,996**	1	1,000**	1,000**	,949**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	,996**	1,000**	1	1,000**	,949**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	,996**	1,000**	1,000**	1	,949**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	,972**	,949**	,949**	,949**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

LAMPIRAN E

Hasil Uji Reliabilitas Data

LAMPIRAN E

Hasil Uji Reliabilitas Data

1. VARIABEL TEKNOLOGI INFORMASI

Reliability

Warnings

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,630	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x11	4,3667	,71840	30
x12	4,3333	,60648	30
x13	4,5333	,50742	30
x14	4,4667	,68145	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x11	13,3333	1,540	,554	,439
x12	13,3667	2,171	,283	,645
x13	13,1667	2,351	,281	,640
x14	13,2333	1,633	,544	,452

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17,7000	3,045	1,74494	4

2. VARIABEL KEMUDAHAN DALAM MENGGUNAKAN

Reliability

Warnings

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,776	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x21	4,3667	,55605	30
x22	4,0333	,66868	30
x23	4,1667	,83391	30
x24	4,2000	,66436	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x21	12,4000	3,214	,505	,761
x22	12,7333	2,823	,561	,732
x23	12,6000	2,317	,598	,725
x24	12,5667	2,599	,695	,662

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,7667	4,530	2,12835	4

3. VARIABEL RESIKO

Reliability

Warnings

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,626	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x31	4,3667	,61495	30
x32	4,6000	,56324	30
x33	4,5333	,57135	30
x34	4,4000	,67466	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x31	13,5333	1,913	,289	,638
x32	13,3000	1,872	,385	,571
x33	13,3667	1,689	,517	,478
x34	13,5000	1,569	,449	,523

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17,9000	2,783	1,66816	4

4. VARIABEL FITUR LAYANAN

Reliability

Warnings

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,684	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x41	4,3333	,47946	30
x42	3,9333	,73968	30
x43	4,5000	,57235	30
x44	4,0667	,63968	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x41	12,5000	2,121	,543	,592
x42	12,9000	1,610	,507	,600
x43	12,3333	2,161	,369	,677
x44	12,7667	1,840	,495	,600

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,8333	3,109	1,76329	4

5. VARIABEL MINAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING

Reliability

Warnings

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,992	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
y1	4,3667	,71840	30
y2	4,3667	,71840	30
y3	4,3667	,71840	30
y4	4,3000	,79438	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	13,0333	4,861	,993	,987
y2	13,0333	4,861	,993	,987
y3	13,0333	4,861	,993	,987
y4	13,1000	4,645	,949	1,000

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17,4000	8,524	2,91961	4

LAMPIRAN F

Hasil Uji Normalitas

LAMPIRAN F

Hasil Uji Normalitas

Scatter Plots Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y



Sumber : Data Primer yang Diolah, 2010

LAMPIRAN G

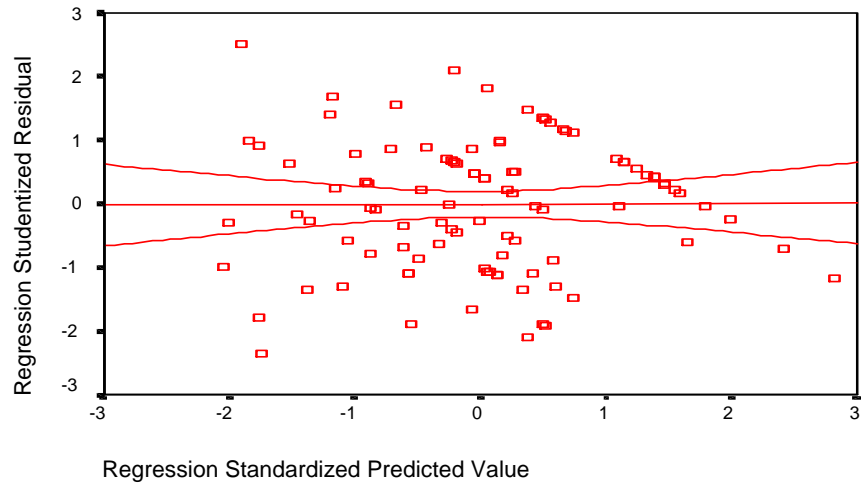
Hasil Uji Heteroskedastisitas

LAMPIRAN G

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Y



Sumber : Data Primer yang Diolah, 2009

LAMPIRAN H

Hasil Uji Multikolinieritas

LAMPIRAN H

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

		Model				
		1				
		(Constant)	X1	X2	X3	X4
Unstandardized	B	-31,227	,864	,455	,750	,710
Coefficients	Std. Error	4,511	,163	,138	,166	,145
Standardized Coefficients	Beta		,400	,246	,324	,359
t		-6,922	5,307	3,298	4,526	4,886
Sig.		,000	,000	,001	,000	,000
Correlations	Zero-order		,444	,441	,412	,314
	Partial		,478	,320	,421	,448
	Part		,372	,231	,318	,343
Collinearity Statistics	Tolerance		,865	,887	,964	,910
	VIF		1,155	1,127	1,038	1,099

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	X1	X2	X3	X4
1	1	4,958	1,000	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,017	17,101	,00	,21	,00	,03	,50
	3	,013	19,318	,01	,00	,85	,18	,02
	4	,009	23,728	,00	,48	,15	,55	,10
	5	,003	40,402	,99	,30	,00	,25	,38

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8,699	23,150	14,790	2,964	100
Std. Predicted Value	-2,055	2,820	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,309	1,566	,600	,206	100
Adjusted Predicted Value	8,649	23,485	14,824	2,942	100
Residual	-5,877	6,846	,000	2,779	100
Std. Residual	-2,072	2,413	,000	,980	100
Stud. Residual	-2,362	2,500	-,006	1,014	100
Deleted Residual	-8,037	7,351	-,034	2,987	100
Stud. Deleted Residual	-2,421	2,573	-,006	1,022	100
Mahal. Distance	,182	29,189	3,960	3,861	100
Cook's Distance	,000	,489	,016	,052	100
Centered Leverage Value	,002	,295	,040	,039	100

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN I
Hasil Uji Hipotesis

LAMPIRAN I

Hasil Uji Hipotesis

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	14,7900	4,06337	100
X1	16,5400	1,88251	100
X2	16,2400	2,19329	100
X3	16,6000	1,75234	100
X4	16,7400	2,05785	100

Correlations

		Y	X1	X2	X3	X4
Pearson Correlation	Y	1,000	,444	,441	,412	,314
	X1	,444	1,000	,240	,173	-,198
	X2	,441	,240	1,000	,117	,171
	X3	,412	,173	,117	1,000	-,026
	X4	,314	-,198	,171	-,026	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	,	,000	,000	,000	,001
	X1	,000	,	,008	,042	,024
	X2	,000	,008	,	,123	,045
	X3	,000	,042	,123	,	,397
	X4	,001	,024	,045	,397	,
N	Y	100	100	100	100	100
	X1	100	100	100	100	100
	X2	100	100	100	100	100
	X3	100	100	100	100	100
	X4	100	100	100	100	100

Variables Entered/Removed^b

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

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary ^b

		Model
		1
R		,730 ^a
R Square		,532
Adjusted R Square		,512
Std. Error of the Estimate		2,83713
Change Statistics	R Square Change	,532
	F Change	27,018
	df1	4
	df2	95
	Sig. F Change	,000
Durbin-Watson		1,945

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

b. Dependent Variable: Y

ANOVA ^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	869,906	4	217,476	27,018	,000 ^a
	Residual	764,684	95	8,049		
	Total	1634,590	99			

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

b. Dependent Variable: Y