



**ANALISIS MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
DENGAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*(TAM)
YANG TELAH DIMODIFIKASI**

SKRIPSI

oleh

**Hanif Astika Kurniawati
NIM 110810301163**

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2015**



**ANALISIS MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
DENGAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*(TAM)
YANG TELAH DIMODIFIKASI**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Akuntansi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

oleh

Hanif Astika Kurniawati
NIM 110810301163

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2015**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT, kerana ilmu-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala limpahan rahmat dan karunia kesehatan, kekuatan, keselamatan, serta kelancaran dari Nya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Orang tuaku, yaitu Mohammad Asmawi dan Titik Sujiwiyati yang selalu memberikan dukungan, cinta, doa, dan berbagai upaya baik secara materi ataupun non materi yang tidak terhingga selama ini.
2. Kakakku Wahyu Astika Rahmawati dan Yeni Astika Safitri, serta Adikku Rifki Astika Nurdinansyah yang senantiasa memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh keluarga besarku yang telah mendukung aku selama ini.
4. Sahabat-sahabat terbaik dalam situasi suka maupun duka..TERIMA KASIH, kalian so sweet..
5. Almamater tercinta Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
6. Semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

MOTO

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan"

(QS. Alam Nasyrah:6)

"Ada saat-saat istimewa dalam kehidupan kita dan sebagian besar datang melalui dorongan orang lain"

(George Adams)

"Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang telah diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat"

(QS. Al Mujadalah: 11)

"Berjuang, Berdoa, Bersabar, dan Bersyukur"

(Hanif Astika Kurniawati)



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER FAKULTAS EKONOMI**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanif Astika Kurniawati

NIM : 110810301163

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi* adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah disebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika pernyataan ini tidak benar.

Jember, 11 Mei 2015

Yang menyatakan,

Hanif Astika Kurniawati
NIM 110810301163

SKRIPSI

**ANALISIS MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
DENGAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL(TAM)*
YANG TELAH DIMODIFIKASI**

Oleh

Hanif Astika Kurniawati
NIM 110810301163

Pembimbing:

Dosen Pembimbing I : Wahyu Agus Winarno S.E, M.Sc., Ak.

Dosen Pembimbing II : Alfi Arif, S.E., M,AK., Ak

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Yang Telah Dimodifikasi
Nama Mahasiswa : Hanif Astika Kurniawati
NIM : 110810301163
Jurusan : S-1 Akuntansi
Tanggal Persetujuan : 11 Mei 2015

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Wahyu Agus Winarno S.E, M.Sc., Ak
NIP. 198308102006041001

Alfi Arif, S.E., M.AK., Ak
NIP. 197210041999031001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Akuntansi,

Dr. Muhammad Miqdad SE, MM., Ak.
NIP 197107271995121001

JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
DENGAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE*
MODEL(TAM) YANG TELAH DIMODIFIKASI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Hanif Astika Kurniawati

NIM : 110810301163

Jurusan : Akuntansi

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal: 6 Juli 2015

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Muhammad Miqdad SE, MM, Ak. (.....)
NIP. 197107271995121001

Sekretaris : Drs. Sudarno M.Si, Ak (.....)
NIP

Anggota : Nining Ika Wahyuni S.E., M.sc., Ak (.....)
NIP

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. M. Fathorrazi, SE, M.Si
NIP 19630614 199002 1 001

Hanif Astika Kurniawati

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa tentang minat penggunaan *mobile banking* untuk mendukung aktivitas mereka sehari-hari, dengan menggunakan pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*). Faktor tersebut diantaranya persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, minat perilaku penggunaan. Serta menambahkan beberapa variabel external yaitu pengalaman, kerumitan, dan gender.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap minat mahasiswa akan *mobile banking* di Universitas Jember. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Clustered Random Sampling*. Kuesioner dari 120 mahasiswa yang mendapat penawaran layanan *mobile banking* yang memenuhi syarat sebagai sampel dianalisis dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) pada program AMOS 22,0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pengalaman berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*); (2) Kerumitan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). (3) Gender tidak berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*); (4) Gender tidak berpengaruh terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*); (5) Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*); (6) Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat perilaku pengguna *mobile banking*; (7) Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking*. Implikasi dari hasil penelitian ini relevan bagi mahasiswa yang berminat menggunakan *mobile banking* agar lebih memperhatikan faktor pengalaman dan kemudahan penggunaan. Pengguna *mobile banking* diharapkan untuk lebih yakin dengan menggunakan *mobile banking* dapat mempermudah aktivitas perbankan serta mencoba lebih berani untuk mencoba hal yang baru khususnya dalam hal ini *mobile banking*.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model* (TAM), *Mobile Banking*, Minat.

Hanif Astika Kurniawati

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRACT

This study aims to analyze how the perception of consumers about behavioral intention to use of internet banking to support their daily activities, using TAM framework. Based on the framework proposed by Davis TAM, These factors include perceived usefulness, perceived ease of use, the use of the behavioral intention to use of mobile banking . And adding a few external variables that experience, complexity, and gender.

This study was conducted using a survey of the interests of students will be mobile banking at the University of Jember. The samples in this study using clustered random sampling method. The questionnaire of 120 students who received offers mobile banking service that qualifies as a sample analyzed using Structural Equation Modelling (SEM) at 22.0 AMOS program.

The results showed that: (1) The experience affects the perception of the usefulness (perceived usefulness); (2)The complexity of an effect on the perception of the usefulness (perceived usefulness); (3) Gender does not influence the perception of the usefulness (perceived usefulness); (4)Gender does not affect the perceived ease of (perceived ease of use); (5)The perception of ease of use (perceived ease of use) influence the perception of the usefulness (perceived usefulness); (6)Perceived ease of use (perceived ease of use) influence the behavior of users of mobile banking interests; (7)The perception of the usefulness (perceived usefulness) affect the behavior of interest in the use of mobile banking. The implications of these results are relevant for students who are interested in using mobile banking in order to better take into account the experience and ease of use. Mobile banking users is expected to be more confident with the use of mobile banking can simplify their banking activity and try more daring to try something new, especially in this case mobile banking.

Keywords: *Technology Acceptance Model (TAM), Mobile Banking, Interests*

RINGKASAN

Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Yang Telah Dimodifikasi; Hanif Astika Kurniawati; 110810301163; 60 halaman; Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Pelayanan bank melalui *mobile banking* memberikan informasi-informasi untuk menyampaikan layanan-layanan yang dipromosikan pihak bank untuk mempermudah nasabah dalam transaksi keuangannya maupun untuk persaingan antar bank. Penawaran layanan perbankan melalui *mobile banking* sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan. Namun belum banyak mahasiswa yang menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi keuangannya. Hal tersebut disebabkan terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan nasabah akan manfaat dari *mobile banking* dan nasabah lebih menyukai untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri. Dari beberapa kendala tersebut, maka perlu dilakukan usaha untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat para nasabah dalam menggunakan jasa pelayanan *mobile banking*.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan obyek penelitian yaitu Mahasiswa Universitas Jember tahun angkatan 2013 yang berstatus aktif pada tahun ajaran 2014/2015. Dipilihnya Mahasiswa Universitas Jember didasarkan pada peneliti yang melihat adanya penawaran pemberian langsung aplikasi *mobile banking* pada saat perubahan atau pembuatan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang juga mempunyai fungsi sebagai (ATM) yang merupakan kerjasama yang dilakukan oleh pihak Universitas Jember dengan beberapa Bank. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dalam kaitannya dengan penelitian. Dalam penelitian ini digunakan metode statistik deskriptif dengan melakukan uji validitas dengan menggunakan CFA, uji reliabilitas dengan menggunakan cronbach alpha, uji asumsi model dengan menggunakan SEM program AMOS 22.0. Data yang telah diperoleh dianalisis secara deskriptif analitis dengan cara

mencari dan mengumpulkan, menggunakan, menyusun, serta menginterpretasikan data yang sudah ada, untuk mendeskripsikan secara lengkap, teratur, dan teliti mengenai suatu fenomena pada obyek penelitian.

Hasil penelitian mendapati bahwa (1) Pengalaman berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*); (2) Kerumitan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). (3) Gender tidak berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*); (4) Gender tidak berpengaruh terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*); (5) Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*); (6) Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat perilaku pengguna *mobile banking*; (7) Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking*.

PRAKATA

Assalamualaikum wr.wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Yang Telah Dimodifikasi”. Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak sebagai berikut.

1. Kedua orang tua penulis, yaitu Ibu Titik Sujiwiyati dan Bapak Mohammad Asmawi, terima kasih atas segala kasih sayang, motivasi, dukungan, doa, dan segala upaya baik secara materi ataupun non materi yang tidak terhingga selama ini.
2. Bapak Wahyu Agus Winarno S.E, M.Sc., Ak., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan pengarahan, kritik, dan saran dengan penuh kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Alfi Arif, S.E., M,AK., Ak., selaku Dosen Pembimbing II, yang juga telah memberikan pengarahan, kritik, dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan para Staff Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membantu selama ini.
5. Mahasiswa Universitas Jember, yang telah bersedia menjadi obyek untuk kemudahan pengambilan data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Guru-guru penulis sejak taman kanak-kanak hingga tingkat perguruan tinggi, yang telah memberikan ilmunya.
7. Teman-teman Jurusan Akuntansi 2011 yang telah memberikan berbagai masukan selama penulisan skripsi ini.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu baik tenaga maupun pikiran dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan oleh sebab itu, segala kritik dan saran yang dapat membangun skripsi ini. Besar harapan bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat dan hikmah bagi keilmuan serta bagi penelitian berikutnya, Amin.

Wassalamualaikum wr.wb

Jember,.....2015

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMANMOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
PRAKATA	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 <i>Mobile Banking</i>	6
2.1.2 Manfaat <i>Mobile Banking</i>	6
2.1.3 Model Penerimaan Teknologi (TAM)	7
2.1.4 Variabel Eksternal (<i>External Variable</i>)	10
2.2 Penelitian Terdahulu	11

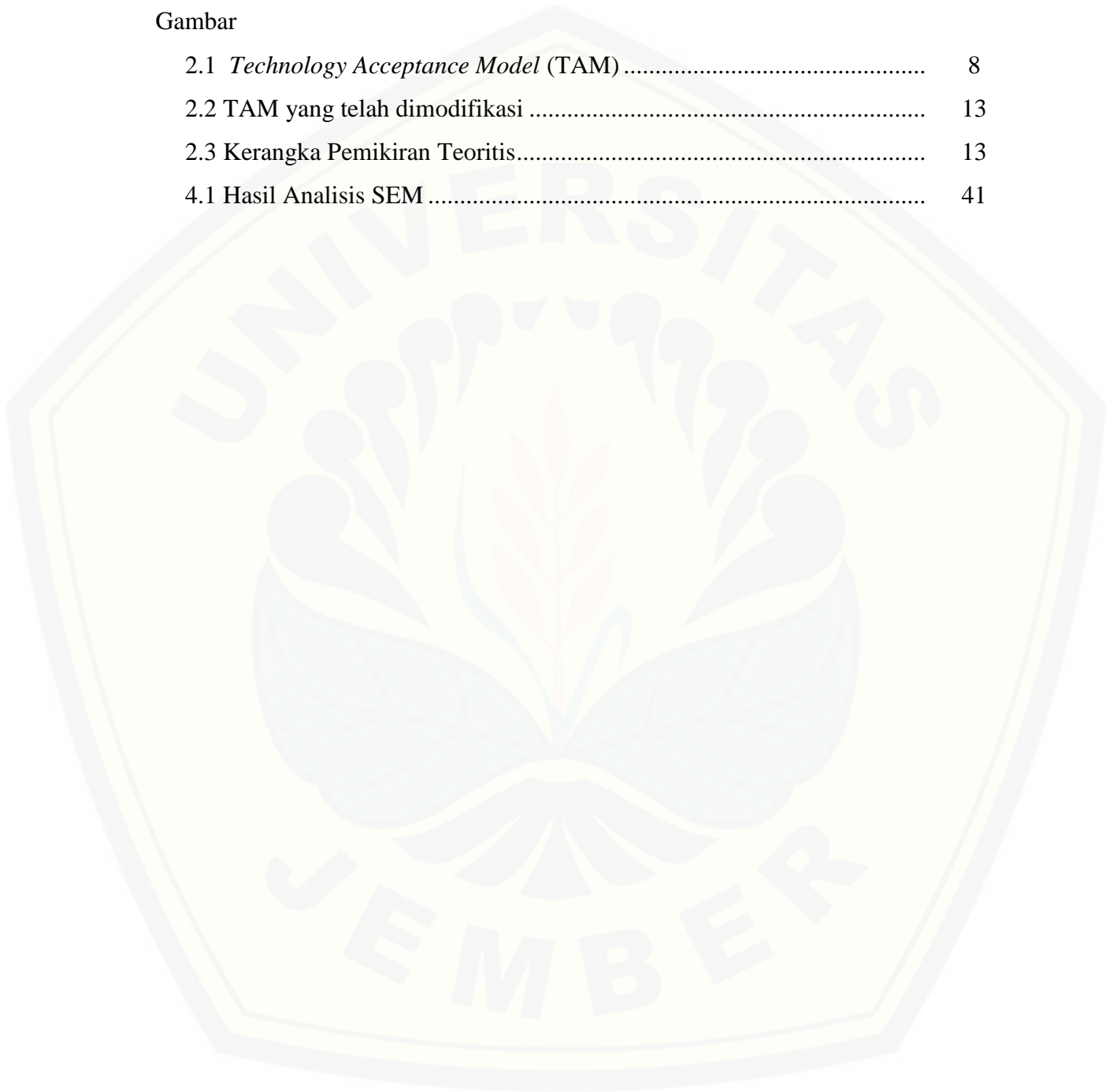
2.3 Pengembangan Hipotesis	14
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Populasi dan Sampel	19
3.3 Jenis dan Sumber Data	22
3.4 Metode Pengumpulan Data	22
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	23
3.6 Teknik Analisis Data.....	26
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	31
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	
4.1.1 Deskriptif Karakteristik Responden.....	32
4.1.2 Diskripsi Variabel	33
4.1.3 Uji Validitas dan Realibilitas	36
4.1.4 Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	37
4.1.5 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	40
4.1.6 Pengaruh Antar Variabel.....	44
4.1.6.1 Pengaruh Langsung Antar Variabel.....	45
4.1.6.2 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel.....	46
4.1.6.3 Pengaruh Total Antar Variabel	47
4.2 Pembahasan.....	48
BAB 5. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Data Jumlah Mahasiswa Angkatan 2013	19
3.2 Daftar Jumlah Sampel per Fakultas.....	20
4.1 Statistik Deskriptif Responden.....	32
4.2 Dasar Intrepretasi Indikator dan Variabel Penelitian	34
4.3 Analisis Deskriptif Skor Jawaban Responden.....	36
4.4 Hasil Uji Validitas	37
4.5 Hasil Uji Reliabilitas	38
4.6 Indeks Kesesuaian SEM.....	41
4.7 Hasil Uji Kausalitas.....	42
4.8 Pengaruh Langsung Variabel	45
4.9 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel.....	46
4.10 Pengaruh Total Antar Variabel.....	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar	
2.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	8
2.2 TAM yang telah dimodifikasi	13
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	13
4.1 Hasil Analisis SEM	41



DAFTAR LAMPIRAN

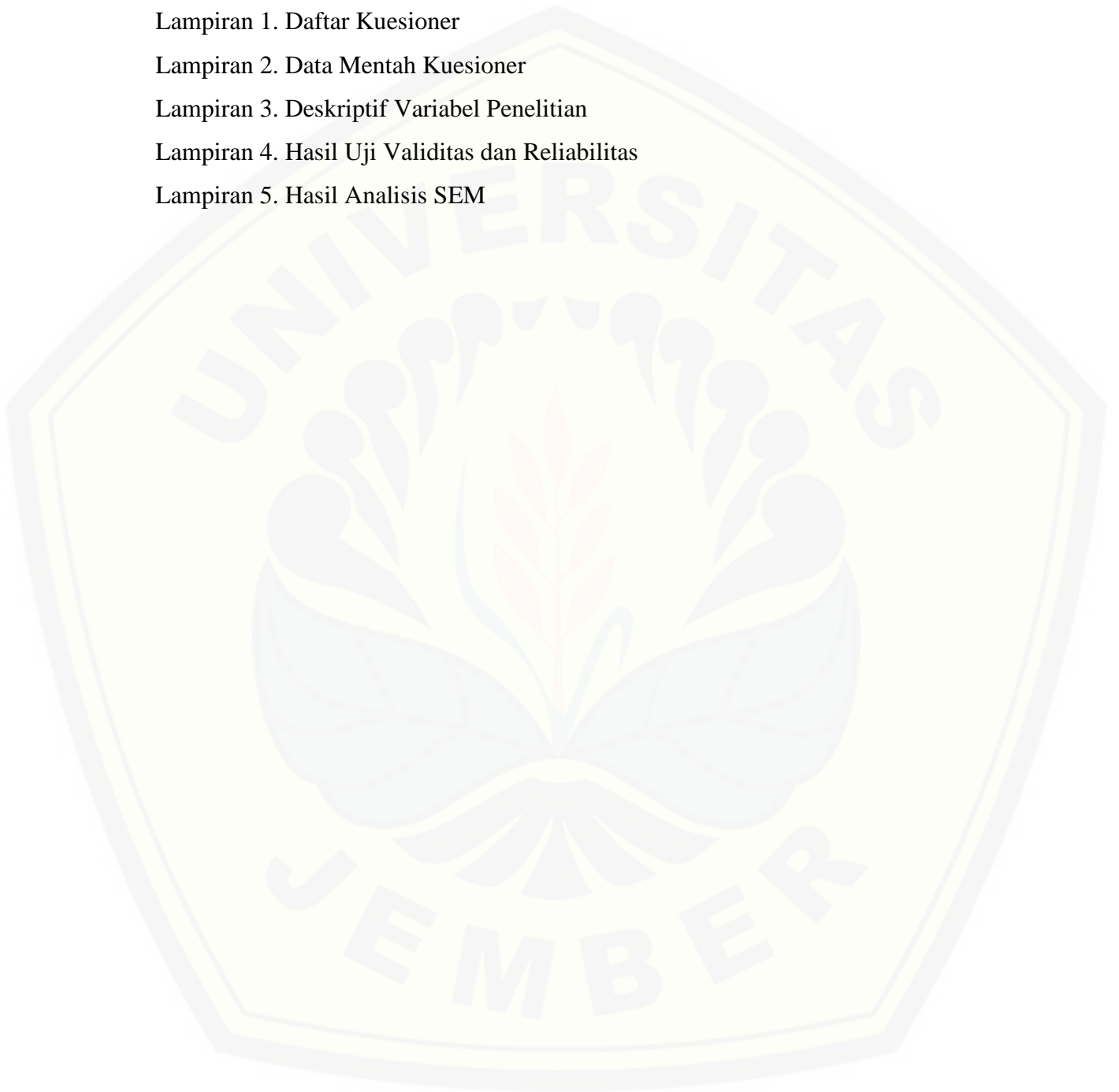
Lampiran 1. Daftar Kuesioner

Lampiran 2. Data Mentah Kuesioner

Lampiran 3. Deskriptif Variabel Penelitian

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5. Hasil Analisis SEM



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dari tahun ke tahun mendukung keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis. Semakin mudah dan cepatnya mendapatkan informasi dengan menggunakan teknologi berdampak pada peningkatan interaksi antar individu untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Hal ini memberikan pengaruh terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam kegiatan ekonomi maupun sosial masyarakat termasuk kegiatan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini adalah perbankan. Perkembangan teknologi ini dilakukan perbankan dengan tujuan agar organisasinya berjalan dengan baik dan meningkatkan prestasi kerjanya. Hal ini diwujudkan dalam pengembangan sistem pelayanan terhadap nasabah dalam bentuk *mobile banking*.

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.

Penawaran layanan perbankan melalui *mobile banking* sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan. Namun belum banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi keuangannya. Hal tersebut disebabkan terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking* serta masih banyaknya nasabah yang lebih menyukai untuk

menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian terhadap mahasiswa universitas jember tahun angkatan 2013 yang berstatus aktif pada semester genap tahun ajaran 2014/2015 sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan angkatan tahun 2013 dengan alasan tahun angkatan tersebut merupakan tahun angkatan yang mendapat penawaran *mobile banking* pada saat melakukan pembuatan KTM plus ATM. Peneliti memilih Universitas Jember dikarenakan adanya kerjasama antara beberapa Bank dan Universitas Jember (Unej) dalam pembuatan dan pengelolaan kartu mahasiswa yang merupakan perluasan kerja sama antara pihak Bank dan Universitas Jember yang dimulai di tahun 2013. Pada penelitian ini peneliti akan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi para mahasiswa dalam minat penggunaan layanan *mobile banking*. Permasalahan tentang bagaimana mahasiswa dapat menerima dan memanfaatkan layanan *mobile banking* ini dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka TAM (*Theory Acceptance Model*).

Penelitian model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) telah banyak digunakan untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai sistem salah satunya adalah penelitian model TAM yang dikembangkan oleh Gardner dan Amoroso (2004). Dalam penelitiannya, Gardner dan Amoroso (2004) mengembangkan TAM dengan menambahkan empat variabel eksternal untuk digunakan meneliti penerimaan pelanggan menggunakan teknologi internet. Empat variabel eksternal ini adalah *experience* (pengalaman), *complexity* (kerumitan), gender dan *voluntariness* (kesukarelaan). Hasil penelitian Gardner dan Amoroso (2004) menyatakan bahwa *experience* berpengaruh signifikan positif terhadap *perceived usefulness* dan *behavioral intention*, *voluntariness* berpengaruh signifikan positif terhadap *behavioral intention* penggunaan internet *complexity* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem, gender berpengaruh terhadap penggunaan sistem. Penelitian penerimaan teknologi dengan model TAM juga pernah dilakukan oleh Sugihanti (2011) dengan objek *e-filling*, berbeda dengan Gardner dan Amoroso (2004). Hasil penelitian Sugihanti

(2011) menyatakan bahwa *experience*, *complexity* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

Adanya penelitian tersebut mendorong peneliti untuk melakukan studi empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* dengan menggunakan model kerangka TAM yang dimodifikasi oleh Venkatesh (2000) untuk menguji pengaruh variabel *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (persepsi penggunaan) terhadap variabel *behavior intention* (niat untuk menggunakan) *mobile banking* dengan menambahkan tiga variabel eksternal dari penelitian Gardner dan Amoroso (2004) yaitu *experience* (pengalaman), *complexity* (kerumitan), gender. Hal ini bertujuan untuk mengetahui minat individu terhadap *mobile banking*. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti akan membahas tentang “Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Yang Telah Dimodifikasi”.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah pengalaman (*experience*) berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) *Mobile Banking*?
2. Apakah kerumitan (*complexity*) berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) *Mobile Banking*?
3. Apakah gender berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) *Mobile Banking*?
4. Apakah gender berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) *Mobile Banking*?
5. Apakah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) *Mobile Banking*?
6. Apakah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral*) penggunaan *Mobile Banking*?
7. Apakah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *Mobile Banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh pengalaman (*experience*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) *Mobile Banking*.
2. Menguji pengaruh kerumitan (*complexity*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) *Mobile Banking*.
3. Menguji pengaruh gender terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) *Mobile Banking*.
4. Menguji pengaruh gender terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) *Mobile Banking*.
5. Menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived of usefulness*) *Mobile Banking*.
6. Menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat perilaku penggunaan *Mobile Banking*.
7. Menguji pengaruh persepsi kegunaan (*perceived of usefulness*) terhadap minat perilaku penggunaan *Mobile Banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi untuk menerima atau mengadopsi layanan *mobile banking* dalam transaksinya sehingga dapat menjadi bahan kebijakan dalam upaya meningkatkan kinerja dan meningkatkan pangsa pasarnya dalam dunia globalisasi saat ini.

b. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi mahasiswa dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*. Kemudian bagi pelanggan yang belum dapat atau belum pernah menggunakan layanan *mobile banking* dapat mengetahui kegunaan serta fungsi *mobile banking*, sehingga dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari untuk membantu berbagai transaksi yang dilakukan pelanggan

c. Bagi Penelitian berikutnya

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan dasar bagi penelitian berikutnya, terutama penelitian yang tertarik pada tema penerimaan teknologi informasi



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Sistem Informasi Akuntansi (SIA)

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan kumpulan sumber daya, seperti manusia dan peralatan yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan data lainnya menjadi informasi yang dikomunikasikan kepada pihak pengambil keputusan (Bodnar dan Hopwood, 2003:1). Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa penelitian yang berbasis sistem informasi akuntansi (SIA) mencoba menjelaskan bagaimana sebuah sistem informasi akuntansi mampu memberikan manfaat bagi penciptanya dan pemakainya. Pada penelitian ini fokusnya berada pada bagaimana intensitas minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Persepsi nasabah akan manfaat dan kemudahan yang ditimbulkan dari pemakaian *mobile banking* akan menentukan minat nasabah dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*.

2.1.2 *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon selular dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card* (SIM Card) atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau *SIM Toolkit Short Message Service Banking* (*SMS Banking*) memiliki pengertian dan fungsi yang hampir sama dengan *mobile banking*. Hanya saja *mobile banking* diakses dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di dalam *SIM card*, sedangkan *SMS banking* menggunakan media *SMS Plain* (*SMS manual*) untuk mengakses layanan (www.bi.go.id)

2.1.3 Manfaat *mobile banking*

- a. Manfaat *mobile banking* bagi mahasiswa antara lain:
 - 1) Dapat membuat transaksi atau membayar tagihan kapanpun.
Mobile banking menghemat banyak waktu.

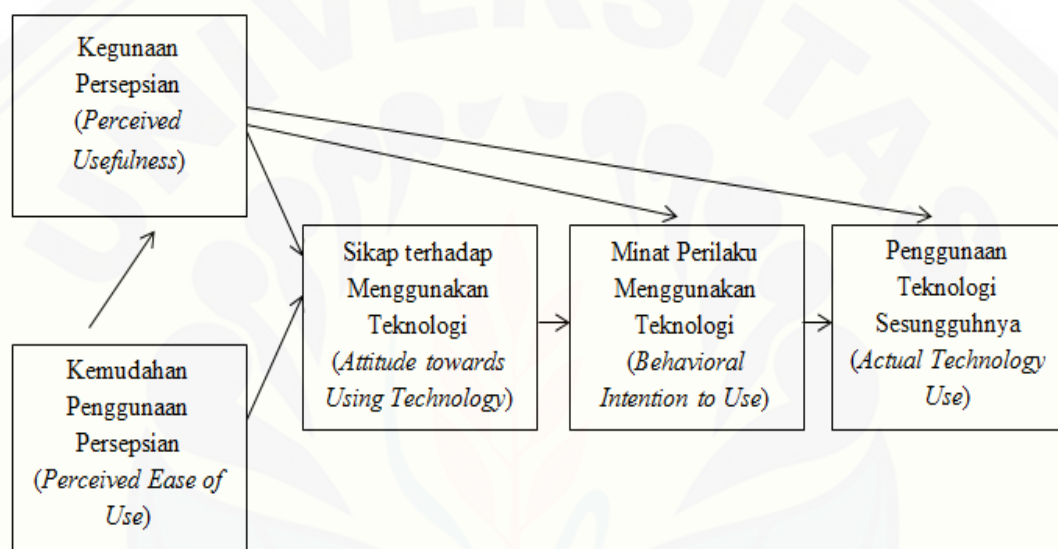
- 2) *Mobile banking* melalui HP sangat mudah untuk dimengerti sehingga mahasiswa hanya perlu mengikuti instruksi untuk melakukan transaksi. Hal ini juga menghemat pencatatan dari transaksi yang dilakukan.
 - 3) *Mobile banking* mengurangi resiko penipuan. Mahasiswa pengguna *mobile banking* akan mendapatkan pemberitahuan berupa SMS ketika terdapat aktivitas pada rekening nasabah. Aktivitas tersebut meliputi setoran, penarikan uang, transfer antar rekening, dan lainnya.
 - 4) Mahasiswa juga dapat mentransfer uang secara langsung pada rekening bank yang sama maupun beda melalui *mobile banking*.
- b. Sedangkan manfaat *mobile banking* (www.teknologidunia.com) yang diperoleh pihak bank antara lain:
- 1) *Mobile banking* melalui HP sangat menguntungkan bagi bank karena merupakan fasilitas tambahan yang mempermudah konsumen melakukan transaksi, sehingga bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah mereka.
 - 2) Bank dapat menjangkau nasabah mereka dengan *mobile banking*.
 - 3) Bank juga dapat melakukan promosi dan menjual produk mereka dan layanan seperti kartu kredit, pinjaman, dan lainnya pada kelompok nasabah tertentu.
 - 4) Berbagai layanan seperti informasi kredit atau debit, informasi pembayaran rekening, informasi jumlah tabungan, histori transaksi, fasilitas pengiriman uang, dan lainnya dapat diakses langsung melalui HP nasabah.

2.1.4 Model Penerimaan Teknologi (TAM)

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Model penerimaan teknologi atau *technology acceptance model* (TAM) dikembangkan oleh Davis et al. (1989) berdasarkan

model TRA. Model TRA dapat diterapkan karena keputusan yang dilakukan oleh individu untuk menerima suatu teknologi sistem informasi merupakan tindakan sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi oleh minat perilakunya. TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk utama ini adalah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*). TAM berargumentasi penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut.

Model dari TAM awal adalah sebagai berikut.



Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

(Sumber: Fred Davis 1989)

Technology Acceptance Model (TAM) awal yang belum dimodifikasi menggunakan lima konstruk utama. Kelima konstruk tersebut adalah sebagai berikut.

a. **Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)**

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya Jogiyanto (2007). Dari definisinya, diketahui bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Dengan demikian jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

b. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha Jogiyanto (2007). Dari definisinya, diketahui bahwa persepsi kemudahan kegunaan ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

c. Sikap Terhadap Perilaku (*Attitude Towards Behavior*)

Sikap terhadap perilaku didefinisikan oleh Davis et al. (1989) sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Minat terhadap perilaku juga didefinisikan oleh Mathieson (1991) sebagai evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan sistem.

Hasil penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) ini berpengaruh secara positif ke sikap perilaku (*behavioral intention*). Akan tetapi beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) ini tidak mempunyai pengaruh yang signifikan ke minat perilaku. Oleh karena itu, beberapa penelitian yang menggunakan TAM tidak memasukkan konstruk sikap (*attitude*) di dalam modelnya.

d. Minat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Minat perilaku adalah suatu keinginan (minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya.

Hasil penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem (misalnya adalah penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Davis et al., 1989 Taylor dan Todd, 1995; Venkatesh dan Davis, 2000).

e. Perilaku (*Behavioral*)

Perilaku adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang. dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku (*behavior*) adalah penggunaan sesungguhnya (*actual use*) dari teknologi.

Karena penggunaan sesungguhnya tidak dapat di observasi oleh peneliti yang menggunakan daftar pertanyaan, maka penggunaan sesungguhnya ini banyak diganti dengan nama pemakaian persepsian (*perceived usage*). Davis (1989) menggunakan pengukuran pemakaian sesungguhnya (*actual usage*), dan Igbaria et al. (1995) menggunakan pengukuran pemakaian persepsian (*perceived usage*) yang diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan frekuensi penggunaannya.

2.1.5 Variabel Eksternal (*External Variable*)

Variabel eksternal adalah variabel diluar variabel TAM awal yang telah dikemukakan oleh Davis (1989). Penambahan berbagai variabel eksternal ini sesuai dengan perkembangan kronologis penelitian TAM untuk periode perluasan model.

Gardner dan Amoroso (2004) mengembangkan TAM dengan menambahkan empat variabel eksternal untuk digunakan meneliti penerimaan pelanggan menggunakan teknologi internet. Empat variabel eksternal ini adalah gender, *experience* (pengalaman), *complexity* (kerumitan), dan *voluntariness* (kesukarelaan).

a. Pengalaman (*Experience*)

Taylor dan Todd (1995) menemukan *perceived usefulness* merupakan penentu yang paling kuat mempengaruhi niat perilaku untuk grup yang kurang berpengalaman. Sedang niat perilaku ke perilaku (pemakaian sesungguhnya) dari sistem lebih kuat untuk pemakai yang berpengalaman dibandingkan dengan pemakai yang belum berpengalaman.

b. Kerumitan (*Complexity*)

Didefinisikan sebagai seberapa sulit suatu teknologi komputer untuk dipahami dan digunakan yang dipersepsikan oleh pemakai (Rogers dan Shoemaker, 1971) dalam Jogiyanto (2007). Davis (1989) dan Igbaria et al. (1996) mengukur kerumitan ini dalam bentuk waktu yang dihabiskan untuk melakukan tugas-tugas, integrasi dari hasil komputer kedalam pekerjaan yang sedang dilakukan.

c. Gender

Perbedaan *gender* mulai dibahas di hampir banyak penelitian termasuk penelitian tentang penerimaan teknologi. Penelitian Gefen dan Straub (1997) menunjukkan bahwa wanita memandang lebih tinggi nilai dari *perceived usefulness* dibandingkan dengan yang dipersepsikan oleh laki-laki. Sebaliknya dibandingkan dengan wanita, laki-laki lebih melihat ke *perceived ease of use* di dalam penggunaan komputer.

d. Kesukarelaan (*Voluntariness*)

Didefinisikan oleh Venkatesh dan Davis (2000) sebagai sejauh mana pengadopsi potensial mempersepsikan keputusan adopsi sebagai sesuatu yang tak wajib. Dalam penelitian Venkatesh dan Davis (2000), kesukarelaan memoderasi hubungan antara norma subyektif (*subjective norm*) dengan niat untuk menggunakan. Di penelitian Sun dan Zhang (2003) kesukarelaan memoderasi hubungan antara niat dengan perilaku penggunaan. Moore dan Benbasat (1991) mengusulkan bukan kesukarelaan tetapi persepsi dan kesukarelaan (*perception of voluntariness*) yang akan mempengaruhi perilaku.

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian terdahulu yang menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian ini yang berkaitan dengan model penerimaan teknologi (TAM) diantaranya dilakukan oleh Khakim (2011) dengan judul penelitian Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Software Akuntansi MYOB Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance*

Model (TAM). Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah *Jobfit* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived usefulness*. *Experience* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *perceived usefulness*. Sedangkan *Experience* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived ease of use* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. menyatakan bahwa *complexity* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*

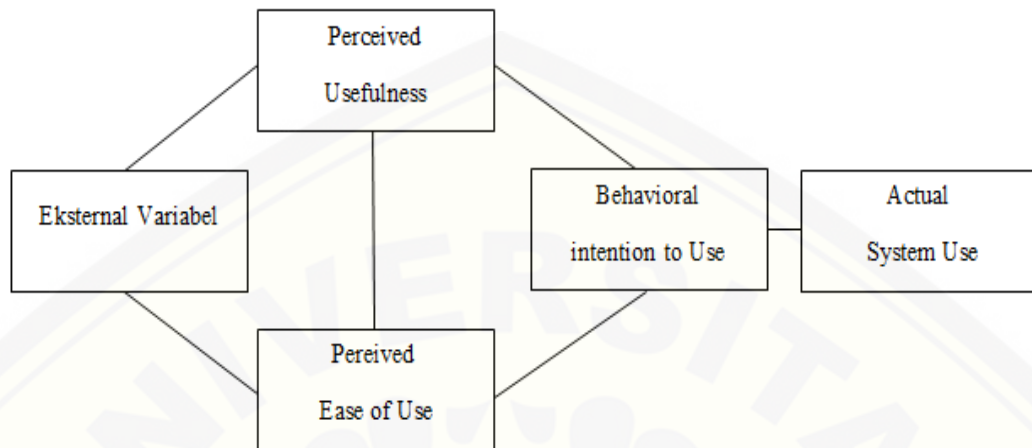
Penelitian lain yang menggunakan model penerimaan teknologi (TAM) adalah Sugihanti (2011) dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Wajib Pajak Untuk Menggunakan *E-Filling*. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Voluntariness* berpengaruh terhadap *Behavioral intention to use*. Sedangkan *Complexity*, *Experience*, *Security and Privacy*, *Speed* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral intention to use*.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amoroso dan Gardner (2004) menggunakan sembilan variabel penelitian yaitu: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap Terhadap Penggunaan, Minat Perilaku, Jenis Kelamin, Pengalaman, Kerumitan, Kesukarelaan dan Penggunaan Sesungguhnya. Hasil yang diperoleh penelitian ini adalah *Experience* berpengaruh signifikan positif terhadap *perceived usefulness* dan *behavioral intention* *Voluntariness* berpengaruh signifikan positif terhadap *behavioral intention* penggunaan internet *Complexity* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem Gender berpengaruh terhadap penggunaan sistem

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka teoritis yang dikembangkan dalam penelitian ini, menggunakan dasar pemikiran dari penelitian Venkatesh (2000) dalam Chuttur (2009) yang menggunakan variabel TAM hanya sampai minat dengan tidak menggunakan *attitude toward use* dalam kerangka. Hal ini karena penelitian ini ingin lebih fokus pada individu yang memiliki fasilitas untuk mengakses *mobile banking* tetapi tidak berminat menggunakan *mobile banking*. Dengan mengetahui minat individu tersebut maka dapat mendorong seseorang untuk menggunakan *mobile banking*

karena mereka sudah tersedia fasilitas untuk mengakses *mobile banking* sehingga mereka tidak memiliki kendala dalam hal fasilitas yang dimiliki.

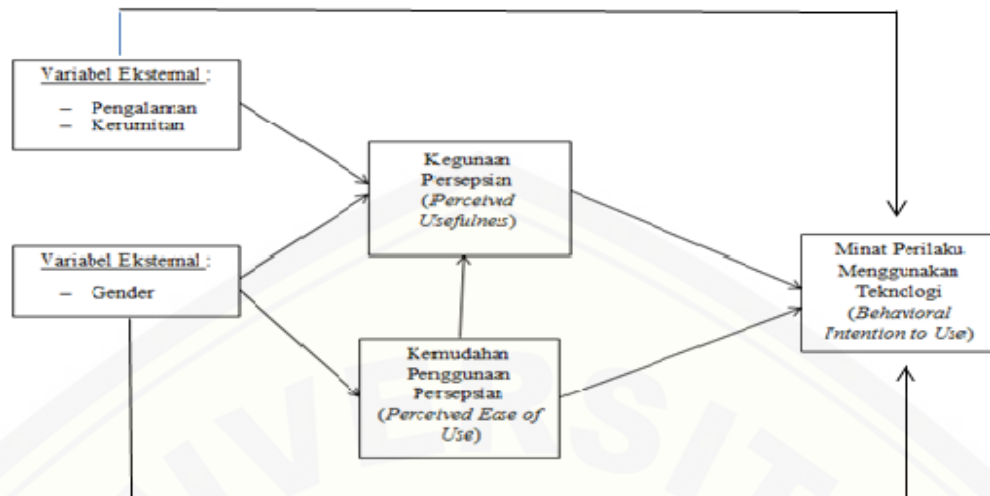


Gambar 2.2 TAM yang telah dimodifikasi

(Sumber: Venkatesh & Davis dalam chuttur 2009:10)

Penelitian yang dikembangkan kali ini tetap menggunakan 3 variabel utama yang digunakan dalam penelitian sebelumnya, yaitu Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, minat penggunaan. Namun dengan menambahkan variabel pengalaman, kerumitan dan menambahkan variabel gender sebagai variabel eksternal.

Berdasarkan latar belakang dan kajian teori yang telah dijelaskan pada gambar 2.2 yang akan mendukung penelitian ini, maka peneliti membuat kerangka pemikiran teoritis yang akan mempermudah proses penyelesaian penelitian ini seperti yang terlihat pada gambar 2.3. Model yang dikembangkan adalah sebagai berikut.



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Pengalaman (*Experience*) terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) *mobile banking*.

Pengalaman dalam menggunakan aplikasi *mobile phone* seperti aplikasi sosial *mobile* dan *sister mobile* yang diperuntukan untuk mahasiswa dalam mengakses informasi akademiknya dapat memberikan motivasi terhadap mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*, semakin sering dan berpengalaman seseorang dalam menggunakan sistem *mobile* maka itu akan mempengaruhi seseorang untuk mencobanya kembali dengan mempunyai kepercayaan bahwa *mobile banking* tidak jauh beda dengan sistem *mobile* lainnya yang menawarkan kegunaan cepat akses yang sama. Penelitian sebelumnya yaitu ajzen dan Fishbein (1975), telah menunjukkan bahwa pengalaman (*experience*) merupakan penentu dari perilaku (*behavior*). Penelitian Taylor dan Todd (1995) juga menemukan perbedaan yang signifikan antara pemakai sistem yang berpengalaman dan mereka yang belum berpengalaman dalam menentukan untuk menggunakan sistem. Hasil dari penelitian ini juga menemukan kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) merupakan penentu yang paling kuat untuk pemakai yang berpengalaman. Sedang pengaruh minat perilaku ke perilaku (pemakaian sesungguhnya) dari sistem lebih kuat untuk pemakai yang

berpengalaman dibandingkan yang belum berpengalaman. Berdasarkan berbagai riset yang telah diuraikan, peneliti merumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Pengalaman berpengaruh terhadap persepsi kegunaan.

2.4.2 Kerumitan (*Complexity*) terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) *mobile banking*.

Kerumitan dalam menggunakan *mobile banking* menjadikan sebuah alasan seseorang untuk tidak menggunakan *mobile banking* karena pada dasarnya sistem teknologi dibuat untuk memberikan kegunaan bagi penggunanya namun jika dalam menggunakan *mobile banking* membutuhkan banyak waktu untuk melakukan transaksi keuangan *non cash* orang akan berpikir kembali untuk menggunakannya. Hal ini sama dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Rogers dan Shoemaker (1971) yang menyatakan bahwa kerumitan (*complexity*) merupakan sebagai seberapa sulit suatu teknologi *computer* untuk dipahami dan digunakan yang dipersepsikan oleh pemakai. Davis (1989) dan Igarbia et al.(1996) mengukur kerumitan ini dalam bentuk waktu yang dihabiskan untuk melakukan tugas-tugas, integrasi dari hasil *computer* kedalam pekerjaan yang sedang dilakukan dan *vulnerability*.

Berbeda dengan penelitian Davis (1989) dan Igarbia et al.(1996), Thompson et al. (1991) menemukan bahwa semakin rumit suatu inovasi, semakin rendah tingkat penerimaan inovasi tersebut. Walaupun tampaknya kerumitan terbalik dengan penggunaan (*ease of use*), Igarbia et al. (1995) menemukan hubungan yang kuat antara kerumitan persepsian dengan kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan dengan penggunaan sesungguhnya (*usage*). Davis (1998) juga menemukan hubungan positif antara kerumitan dengan kegunaan. Dari hasil penelitian-penelitian ini, Gardner dan Amoroso (2004) menghipotesiskan bahwa kerumitan akan berhubungan negatif dengan penggunaan sesungguhnya (*usage*) dan berhubungan positif dengan kegunaan penggunaan. Berdasarkan berbagai riset yang telah diuraikan, peneliti merumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2: Kerumitan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan

2.4.3 Gender terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) *mobile banking*.

Perbedaan persepsi antara wanita dan laki-laki dikalangan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari akan memberikan persepsi yang berbeda dalam menggunakan *mobile banking* karena laki-laki cenderung hanya melihat dari kemudahannya sedangkan *wanita* lebih kepada kegunaannya dalam melihat suatu teknologi.

Menurut Fakih (2010) Gender merupakan sebuah konsep dimana suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang di konstruksi secara sosial maupun kultural. Sedangkan Suryadi dan Idris (2004) menjelaskan bahwa gender merupakan pemikiran yang berbeda dari hasil proses budaya masyarakat yang membedakan peran sosial laki-laki dan perempuan. Pemilahan peran sosial berdasarkan jenis kelamin dapat dipertukarkan, dibentuk dan dilatihkan. Dalam era globalisasi yang penuh dengan berbagai persaingan, peran seseorang tidak lagi mengacu kepada norma-norma kehidupan sosial yang lebih banyak mempertimbangkan faktor jenis kelamin, akan tetapi ditentukan oleh daya saing dan keterampilan.

Beberapa penelitian menjelaskan pentingnya mempertimbangkan gender. Gefen dan Straub (1997) menjelaskan bahwa wanita memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan, sedangkan pria memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kemudahan. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, peneliti merumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: Gender berpengaruh terhadap persepsi kegunaan.

Pengertian perbedaan persepsi antara wanita dan laki-laki dikalangan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari akan memberikan persepsi yang berbeda dalam menggunakan *mobile banking* karena wanita cenderung hanya melihat dari kemudahannya sedangkan laki-laki lebih kepada kegunaannya dalam melihat suatu teknologi *mobile banking*.

Peneliti lainnya yaitu Venkatesh dan Morris (2000) menguji perbedaan laki-laki dan perempuan dalam penggunaan teknologi informasi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa wanita lebih cenderung menggunakan suatu

teknologi karena dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan laki-laki lebih cenderung menggunakan suatu teknologi karena persepsi kegunaan dari teknologi tersebut. Hasil penelitian Yang (2005) menunjukkan bahwa wanita memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, peneliti merumuskan hipotesis keempat sebagai berikut:

H4: Gender berpengaruh terhadap persepsi kemudahan.

2.4.4 Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan minat penggunaan *mobile banking*.

Persepsi kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* merupakan tingkat dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan teknologi informasi berbasis *mobile banking* dapat memberikan kemudahan dalam mengakses suatu informasi keuangan tanpa banyak usaha untuk mendapatkan kegunaan kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hubungan antara persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan dalam menggunakan teknologi.

Menurut Davis (1989) kemudahan penggunaan teknologi informasi merupakan katalisator potensial untuk meningkatkan minat penggunaan dalam penggunaan teknologi informasi. Individu yang merasa bahwa sebuah teknologi mudah untuk digunakan, maka persepsi kemudahan penggunaan akan meningkat, demikian sebaliknya.

Dengan adanya perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan *mobile banking* akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual. Jika dihubungkan dengan penggunaan *mobile banking*, layanan ini diharapkan mampu memberikan kemudahan akses dalam bertransaksi dengan mudah sehingga memungkinkan untuk mendapatkan laba yang lebih besar serta

berdampak positif. Berdasarkan penjelasan dan penelitian terdahulu yang telah jelaskan, hipotesis pertama dirumuskan:

H5: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Sedangkan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking* merupakan keyakinan seseorang untuk menggunakan sebuah sistem teknologi *mobile banking* secara berulang-ulang karena kemudahan akses informasi dan transaksi *non cash* yang dapat dilakukan setiap waktu tanpa harus pergi ke bank.

Pernyataan ini di dukung dari hasil penelitian berbeda ditunjukkan oleh penelitian milik Agarwal dan Prasad (1999) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki dampak yang positif terhadap minat penggunaan sistem informasi. Penelitian ini menunjukkan hasil yang konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh van der Heijden (2003). Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, peneliti merumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H6: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*

2.4.5 Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Persepsi kegunaan *mobile banking* merupakan kepercayaan seseorang akan manfaat dari sebuah sistem teknologi *mobile banking* yang dapat meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya.

Van der Heijden (2003) berpendapat bahwa persepsi kegunaan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan performa maupun prestasi kerjanya. Chin dan Todd (1995) menyebutkan bahwa kegunaan dapat dibagi kedalam dua kategori, yaitu kegunaan dengan estimasi satu faktor dan kegunaan dengan estimasi dua faktor (kemanfaatan dan efektifitas). Kegunaan dengan estimasi dua faktor oleh Chin dan Todd (1995) dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kemanfaatan dan efektifitas. Kemanfaatan diantaranya meliputi dimensi menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, dan menambah produktifitas. Efektifitas meliputi dimensi mempertinggi efektifitas dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa kegunaan dari penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja, prestasi kerja serta produktifitas orang yang menggunakannya. Pernyataan ini didukung oleh peneliti lain seperti Davis (1989) dan van der Heijden (2003). Berdasarkan penjelasan dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, peneliti merumuskan hipotesis kedua sebagai berikut

H7: Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bersifat kuantitatif yang membahas tentang analisis minat penggunaan *mobile banking* dengan pendekatan *technology acceptance model* (TAM) yang telah dimodifikasi dengan studi empiris di Universitas Jember. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis subyek yang diteliti dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi (*Population*)

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Jember tahun angkatan 2013 yang berstatus aktif pada tahun ajaran 2014/2015. Dipilihnya Mahasiswa Universitas Jember didasarkan pada peneliti yang melihat adanya penawaran pemberian langsung aplikasi *mobile banking* pada saat perubahan atau pembuatan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang juga mempunyai fungsi sebagai (ATM) yang merupakan kerjasama yang dilakukan oleh pihak Universitas Jember dengan beberapa Bank. Berdasarkan data mahasiswa yang diperoleh dari BAAK (Bagian Akademik dan Administrasi Kemahasiswaan), terdapat 4959 mahasiswa angkatan 2013 yang aktif 2014/2015 dari 24.828 total mahasiswa Universitas Jember.

Tabel 3.1 Data Jumlah Mahasiswa Angkatan 2013

No	Fakutas	Jumlah
1	Hukum	429
2	ISIP	361
3	Pertanian	425
4	Ekonomi	938
5	FKIP	963
6	Sastra	395
7	FTP	184

8	Kedokteran	99
9	Kesehatan Masyarakat	191
10	Teknik	390
11	Farmasi	114
12	Ilmu Keperawatan	68
13	PSSI	89
14	Kedokteran Gigi	94
15	MIPA	219
	Jumlah	4959

Sumber: Bagian Akademik dan Administrasi Kemahasiswaan Unej per 2 desember 2014

3.2.2 Sampel

Pengambilan sampel dari populasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Sample berdasarkan kelompok (*Clustered random Sampling*) yaitu pemilihan sample yang dilakukan dengan satu tahap (*one stage*) penentuan unit sampel. *Clustered Random Sampling* merupakan salah satu tipe dari *probability sampling* yang menggunakan konsep bahwa setiap elemen populasi mempunyai probabilitas yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Indriantoro dan Supomo:2013).

Pada penelitian ini peneliti mengambil sample berdasarkan program studi tahun angkatan 2013 mahasiswa universitas jember. Terkait dengan penentuan jumlah sampel penelitian, Jumlah sampel yang ditentukan agar dapat menggambarkan populasi adalah dengan cara menggunakan rumus Bungin (2006). Rumus yang digunakan adalah:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1} \quad n = \frac{4959}{4959(0,1)^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

d = Nilai Presisi (dalam penelitian ini ditentukan 90% atau d = 0,1

Dari hasil perhitungan rumus Bungin (2006) jumlah sample penelitian ini adalah 98 Sample. Namun demikian, peneliti menetapkan jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 120 responden dengan harapan apabila terjadi kerusakan kuesioner atau jawaban responden, penelitian ini masih mampu memenuhi syarat minimal jumlah sample tersebut. Untuk penentuan jumlah sampel masing-masing fakultas ditentukan secara proposional dengan menggunakan rumus:

$$n_1 = \frac{N_1}{N} \times n$$

Keterangan :

n_1 = Sampel

N_1 = Populasi

N = Total populasi

n = Total sampel

berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh hasil yang ditunjukkan pada tabel 3.2, sebagai berikut:

Tabel 3.2 daftar Jumlah Sampel per Fakultas

No	Fakultas	Jumlah
1	Hukum	10
2	ISIP	9
3	Pertanian	10
4	Ekonomi	23
5	FKIP	23
6	Sastra	10
7	FTP	5
8	Kedokteran	2
9	Kesehatan Masyarakat	5
10	Teknik	9
11	Farmasi	3
12	Ilmu Keperawatan	2
13	PSSI	2

14	Kedokteran Gigi	2
15	MIPA	5
	Jumlah	120

Sumber: Data yang diolah

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian (Indriantoro dan Supomo, 2013:147).

Jenis data yang dikumpulkan oleh peneliti menggunakan metode survei melalui penyebaran kuisioner kepada responden yaitu berupa jawaban atas daftar pertanyaan mengenai *mobile banking* dan data jumlah mahasiswa yang diperoleh dari BAAK (Bagian Akademik dan Administrasi Kemahasiswaan) Universitas Jember.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan teknik kuesioner. Kuesioner ini diberikan dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti kepada responden dengan pertimbangan peneliti dapat berhubungan langsung dengan responden untuk memberikan penjelasan seperlunya mengenai kuesioner

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Konstruk Eksogen (*Exogenous Constructs*)

Konstruk ini dikenal sebagai *sources variables* atau variabel independen variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (Indriantoro dan Supomo, 2013:63). Pada penelitian ini konstruk *eksogenous* adalah gender, pengalaman (*experience*) dan kerumitan (*complexity*).

a. Pengalaman (*Experience*)

Pengalaman (*experience*), merupakan tingkat dimana seseorang pernah menggunakan suatu teknologi guna mempermudah kinerjanya (Amoroso dan Gardner, 2004). Pengalaman dalam penelitian ini merupakan tingkat dimana mahasiswa universitas jember pernah menggunakan *mobile banking*. Variabel ini diukur dengan 2 item pertanyaan yang diadopsi dari Venkatesh dan Davis (2000) dan Legri, *et al*,2002) yang terdiri dari:

- 1) Memiliki banyak pengalaman menggunakan
- 2) Lebih dari satu tahun dalam menggunakan

Pengukuran variabel ini menggunakan skala likert 1-5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

b. Kerumitan (*Complexity*)

Kompleksitas merupakan tingkat dimana inovasi dipersepsikan sesuatu yang relatif sulit diartikan dan digunakan (Tjhai, 2003). Kerumitan dalam penelitian ini merupakan tingkat dimana sebuah inovasi dalam menggunakan *mobile banking* relatif sulit diartikan dan digunakan mahasiswa universitas jember. Variabel ini diukur dengan 2 item pertanyaan yang diadopsi dari Gefen dan Starub (1997) yang terdiri dari:

- 1) Waktu yang dibutuhkan
- 2) Tingkat kesulitan

Pengukuran variabel ini menggunakan skala likert 1-5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

c. Gender

Gender merupakan tingkat perbedaan persepsi antara wanita dan laki-laki dalam menggunakan sebuah teknologi (Gefen dan Starub,1997). Gender dalam penelitian ini merupakan tingkat perbedaan persepsi antara mahasiswa wanita dan laki-laki universitas jember dalam menggunakan *mobile banking*. Variabel ini diukur dengan 2 item pertanyaan yang diadopsi dari Gefen dan Starub (1997) yang terdiri dari:

- 1) Wanita
- 2) Laki-laki

3.5.2 Konstruk Endogen (*Endogenous Constructs*)

Menurut (Indriantoro dan Supomo, 2013:63), variabel independen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Pada penelitian ini konstruk endogen meliputi *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PE), Minat Perilaku (*Behavioral Intention*).

a. *Perceived Ease of Use* (PEU)

Persepsi kemudahan merupakan tingkatan sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sebuah sistem tidak diperlukan usaha apapun (Davis *et al*, 1989). Persepsi kegunaan dalam penelitian ini merupakan sejauh mana mahasiswa universitas jember percaya bahwa dengan menggunakan *mobile banking* tidak diperlukan usaha apapun dalam mengakses informasi keuangannya. Variabel ini diukur dengan 5 item pertanyaan yang diadopsi dari Davis, *et al*, (1989) dan (Chau, 1996) yang terdiri dari:

- 1) Kemudahan mempelajari
- 2) Menambah hal baru
- 3) Kejelasan dan kemudahan mempelajari
- 4) Fleksibilitas
- 5) Kemudahan menggunakan

Pengukuran variabel ini menggunakan skala likert 1-5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

b. *Perceived Usefulness* (PU)

Persepsi Kegunaan merupakan tingkatan sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sebuah sistem akan meningkatkan kinerjanya (Davis *et al*, 1989). Persepsi kegunaan dalam penelitian ini merupakan sejauh mana mahasiswa universitas jember percaya bahwa dengan menggunakan *mobile banking* dapat memberikan manfaat dalam mengakses informasi keuangannya. Variabel ini diukur dengan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari Davis, *et al*, (1989) dan Chau (1996) yang terdiri dari:

- 1) Mempercepat pekerjaan
- 2) Peningkatan kinerja
- 3) Peningkatan efektifitas

Pengukuran variabel ini menggunakan skala likert 1-5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

c. Behavioral Intention (BI)

Minat perilaku merupakan suatu keinginan (minat) seseorang untuk tetap menggunakan sistem (Davis *et al*,1989). Minat perilaku dalam penelitian ini merupakan keinginan mahasiswa universitas jember untuk tetap menggunakan *mobile banking*. Variabel ini diukur dengan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari Davis, *et al*, (1989) dan Chau (1996) yang terdiri dari:

- 1) Memilih menggunakan *mobile banking*
- 2) Berencana menggunakan *mobile banking*
- 3) Berminat menggunakan *mobile banking*

Pengukuran variabel ini menggunakan skala likert 1-5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini digunakan metode statistik deskriptif, yaitu proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan (Indriantoro dan Supomo, 2013:170)

3.6.2 Uji Validitas

Dalam penelitian ini digunakan uji validitas yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011:52).

Untuk menaksir validasi item pertanyaan, penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), dengan pendekatan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Varian yang didasarkan pada pendekatan PLS lebih sering

digunakan karena PLS tidak mengharuskan pembebanan sampel dan merupakan distribusi bebas.

Skala validasi diproses dalam dua tahap: analisis validasi konvergen dan analisis validasi diskriminan. Validasi konvergen diuji dengan menggunakan tiga kriteria yang disarankan Fornell dan Larck (1981) yaitu:

- a. Semua item faktor loading harus signifikan dan bernilai $>0,70$
- b. Gabungan *reability* (pc) $> 0,80$
- c. *Avarage variance extracted* (AVE) $> 0,50$ atau *square root* dari AVE harus $> 0,71$

Validasi diskriminan antar variabel ditaksir masih menggunakan rujukan Fornell dan Lacker (1981), yaitu *square root* dari AVE untuk tiap variabel harus melebihi korelasi diantara variabel.

3.6.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat dimasukkan dalam pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang tidak baik bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. (Niagara, 2008)

Uji reliabilitas digunakan agar dapat mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap kondisi yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung *Cronbach Alpha* dari masing-masing item dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Nunnaly, 1978).

Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap semua butir pertanyaan yang sudah lolos uji validitas. Untuk mengetahui reliabilitas instrument digunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Teknik ini dipilih karena merupakan teknik pengujian konsistensi reliabilitas antar item yang paling populer dan menunjukkan indeks

konsistensi reliabilitas yang cukup sempurna. Nilai *Cronbach's Alpha* semakin mendekati angka 1 mengindikasikan bahwa instrumen semakin tinggi reliabilitasnya. Nilai *Cronbach's Alpha* antara 0,80 s.d 1,0 dikategorikan reliabilitas baik, nilai *Cronbach's Alpha* antara 0,60 s.d 0,79 dikategorikan reliabilitas diterima, dan nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,60 dikategorikan reliabilitas kurang baik (Sekaran,1992).

3.6.4 Uji Asumsi Model

a. Asumsi Normalitas Data

Structural Equation Modeling (SEM) mensyaratkan data berdistribusi normal. Jika data berdistribusi tidak normal, dikhawatirkan akan mempengaruhi hasil analisis dengan kecenderungan bias yang tinggi. Uji normalitas dalam penelitian ini terdiri dari dua tahap, yaitu uji normalitas untuk setiap variabel (*univariate normality*) dan uji normalitas semua variabel secara bersama-sama (*multivariate normality*). Hal ini disebabkan jika setiap variabel berdistribusi normal secara parsial, belum tentu berdistribusi normal secara bersama-sama. Dalam penelitian ini uji normalitas dihitung dengan bantuan program komputer AMOS versi 22.0. Patokan yang digunakan dalam pengujian normalitas data adalah nilai *critical ratio* (*cr*). Distribusi dikatakan normal jika angka *cr skewness* atau angka *cr kurtosis* ada diantara -2,58 dan +2,58 (Ghozali, 2014).

b. Evaluasi *Outlier*

Outlier adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim yang memiliki karakteristik unik yang sangat berbeda dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk variabel tunggal maupun variabel kombinasi (Hair et al dalam Ferdinand, 2006). Proses penanganan data *outlier* adalah menghapus satu atau beberapa data yang jauh dari titik pusat tertentu. Proses penanganan data *outlier* adalah menghapus satu atau beberapa data yang jauh dari titik pusat tertentu. Uji terhadap multivariate outliers dilakukan dengan menggunakan kriteria Jarak Mahalanobis pada tingkat $p < 0,001$. Jarak Mahalanobis itu dievaluasi dengan menggunakan x^2 pada derajat bebas sebesar jumlah variabel yang

digunakan dalam penelitian (Ferdinand, 2006). Evaluasi *outliers* ini dilakukan dengan bantuan program *computer* AMOS versi 22.0

3.6.5 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan alat statistik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program komputer Amos versi 2.2. SEM adalah teknik *statistic multivariat* yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi, yang bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstraknya ataupun hubungan antar konstruk (Santoso, 2007). Manfaat dari penggunaan SEM disini adalah SEM dapat dipergunakan untuk menyelesaikan model persamaan dengan variabel terikat lebih dari satu dan juga pengaruh timbal balik (*resuarcrive*). Penggunaan program AMOS versi 22.0 dimaksudkan untuk menguji apakah model yang diestimasi mempunyai kesesuaian yang baik dan apakah terdapat hubungan kausalitas seperti yang dihipotesiskan. Pengujian yang dilakukan meliputi:

a. Analisis kesesuaian model (*Goodness of Fit*)

Model struktural dikategorikan sebagai “*good fit*”, bila memenuhi beberapa persyaratan berikut ini:

<i>Goodness of fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
<i>Chi-square</i> (x^2)	Diharapkan kecil
<i>Significance Probability</i> (p)	$\geq 0,05$
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$
<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,00$
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$
<i>TLI</i>	$\geq 0,90$

Sumber: Ghozali (2014)

- 1) Mengukur *Chi Square* (x^2) Statistic

Nilai *Chi-squares* merupakan ukuran mengenai buruknya *fit* suatu model (Ghozali dan Fuad, 2005). Tujuan analisis ini adalah mengembangkan dan menguji sebuah model yang sesuai dengan data.

2) Nilai level probabilitas minimum

Nilai level probabilitas minimum yang disyaratkan adalah 0,1 atau 0,2, tetapi untuk level probabilitas sebesar 0,05 masih diperbolehkan (Hair et al., 1998).

3) *The Root Mean Square of Approximation* (RMSEA) Nilai penerimaan yang direkomendasi RMSEA \leq 0,08 (Ghozali, 2008). RMSEA merupakan indeks yang digunakan untuk mengkompensasi chi-square statistic dalam sampel yang besar.

4) *Normed Chi-Square* (CMIN/DF)

Indeks ini adalah nilai chi square dibagi dengan *degree of freedom*. Menurut Wheaton et al (1977) nilai ratio \leq 5 merupakan ukuran yang *reasonable*.

5) *Goodness of Fit Index* (GFI)

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan GFI adalah sebesar 0,90 (Ghozali, 2014). GFI mencerminkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan.

6) *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI)

Nilai yang direkomendasikan adalah $> 0,90$ (Ghozali, 2014). Indeks ini sama seperti GFI tetapi telah menyesuaikan pengaruh *degrees of freedom* pada suatu model.

7) *Tucker Lewis Index* (TLI)

Nilai penerimaan yang direkomendasikan TLI adalah 0,90 (Ghozali, 2014).

8) *Comparative Fit Index* (CFI)

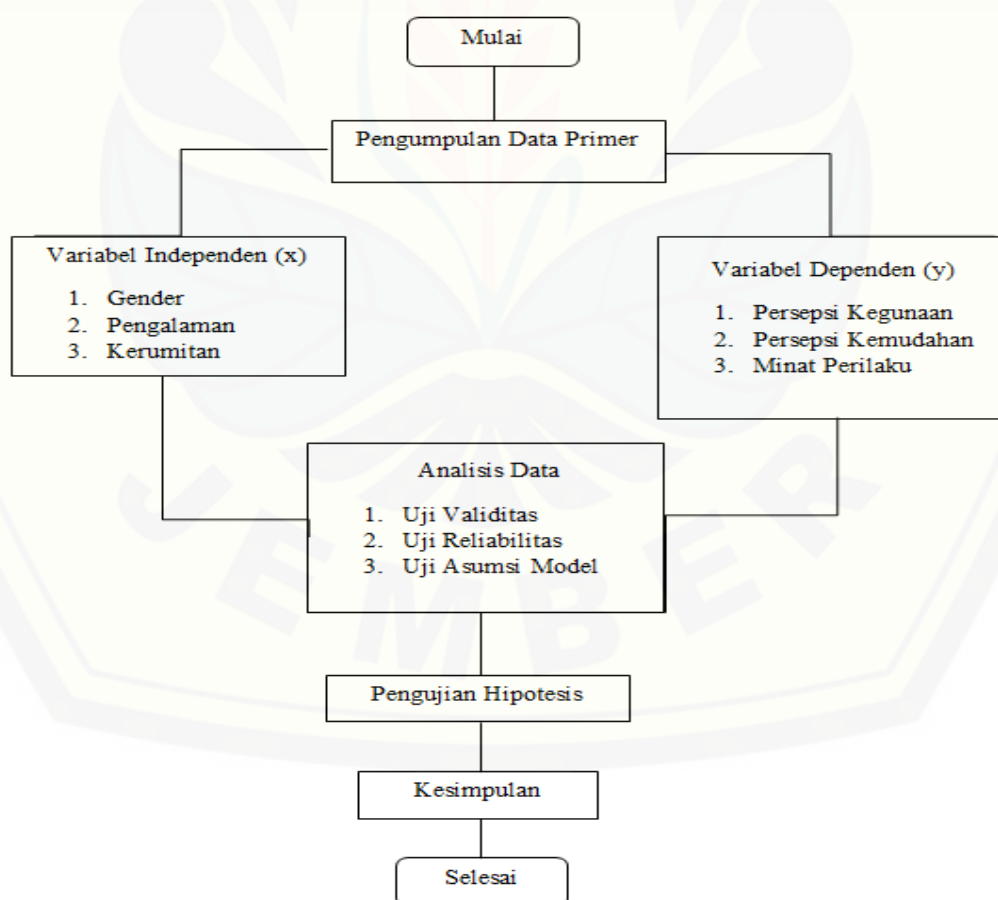
Nilai yang direkomendasikan CFI adalah 0,90 (Hair et.al, 1998). CFI yaitu indeks kesesuaian incremental yang membandingkan model yang diuji dengan baseline model.

b. Analisis Koefisien Jalur

Analisis ini dilihat dari signifikansi besaran *regression weight model*. Kriteria bahwa jalur yang dianalisis signifikan adalah apabila memiliki nilai C.R. nilai t tabel. Pedoman umum nilai t tabel untuk sampel lebih besar dari 100 dengan level signifikansi 5% adalah $\pm 1,96$ (Ghozali dan Fuad, 2005).

3.7 Kerangka Pemecahan Masalah

Berdasarkan penjelasan dan uraian mengenai latar belakang, tinjauan pustaka dan metode penelitian untuk penelitian yang akan dilakukan dengan judul “Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Yang Telah Dimodifikasi, maka untuk mempermudah proses penelitian ini peneliti dapat membuat kerangka pemecahan masalah sebagai berikut:



BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisis data dan hasil penelitian tentang penerimaan *mobile banking* dengan kerumitan, pengalaman dan gender sebagai variabel eksternal dengan menggunakan pendekatan *technology acceptance model* (TAM). Analisis ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu: Bagian pertama hasil penelitian yang menjelaskan tentang deskriptif karakteristik responden, deskripsi variabel, uji validitas dan reliabilitas, analisis *structural equation modelling* (SEM), uji asumsi *structural equation modelling* (SEM), pengaruh antar variabel. Bagian kedua merupakan pembahasan hasil penelitian yang berkaitan dengan uji hipotesis.

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskriptif Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai data demografi responden (umur, jenis kelamin, dan program studi). Responden penelitian adalah Mahasiswa Universitas Jember tahun angkatan 2013 yang berstatus aktif pada Tahun Ajaran 2014/2015. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 120 orang. Berikut ini disajikan statistik deskriptif responden yang merupakan Mahasiswa Universitas Jember.

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Responden

Keterangan	Kriteria	Jumlah	Persentase
Usia	19 tahun	67	55.83%
	20 tahun	51	42.50%
	21 tahun	2	1.66%
Total		120	100%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	48	40%
	Perempuan	72	60%

Total		120	100%
Jurusan	Hukum	10	8.33%
	ISIP	9	7.50%
	Pertanian	10	8.33%
	Ekonomi	23	19.16%
	FKIP	23	19.16%
	Sastra	10	8.33%
	FTP	5	4.16%
	Kedokteran	2	1.66%
	Kesehatan Masyarakat	5	4.16%
	Teknik	9	7.50%
	Farmasi	3	2.50%
	Ilmu Keperawatan	2	1.66%
	PSSI	2	1.66%
	Kedokteran Gigi	2	1.66%
	MIPA	5	4.16%
Total		120	100%

Sumber: Data diolah, tahun 2014

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden sebagian besar berusia 19 tahun dan berjenis kelamin perempuan. Sedangkan dari sisi program studi, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa Universitas Jember yang mengambil Program Studi Ekonomi dan FKIP.

4.1.2 Diskripsi Variabel

Analisis deskriptif ditujukan untuk mengamati kecenderungan-kecenderungan dan penyimpangan data setiap variabel penelitian (*tendency central*) melalui mean indikator-indikatornya masing-masing. *Mean* merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata-rata dari kelompok tersebut. Rata-Rata (*mean*) ini didapat dengan menjumlahkan data seluruh individu dalam kelompok itu, kemudian dibagi dengan jumlah individu yang ada pada kelompok tersebut, selanjutnya dari mean indikator itu dirangkum menjadi

mean variabel penelitian. Hasil analisis statistik deskriptif dapat disajikan dalam tabel berikut.

Bagian ini akan menguraikan analisis deskriptif tentang jawaban responden pembentukan variabel konstruk yang didasarkan kepada distribusi frekuensi hasil tabulasi skor jawaban.

Intrepretasi bagi setiap indikator didasarkan kepada ketentuan-ketentuan seperti dalam Tabel berikut ini.

Tabel 4.2 Dasar Intrepretasi Indikator dan Variabel Penelitian

No	Nilai Skor	Interpretasi
1	1 – 2,33	Kurang
2	2,34 – 3,67	Cukup
3	3,68 – 5,00	Baik

Sumber : Solimun & Adji (2009)

Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Skor Jawaban Responden

NO	Indi- kator	Nilai Jawaban Responden										Jum- lah	<i>Mean</i>
		5		4		3		3		1			
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
EX													
1	EX ₁	26	21,7	66	55,0	21	17,5	7	5,8	0	0,0	120	3,93
	EX ₂	37	30,8	69	57,5	9	7,5	5	4,2	0	0,0	120	4,15
	Rata-rata											4,04	
PC													
2	PC ₁	44	36,7	54	45,0	2	1,7	10	8,3	10	8,3	120	3,93
	PC ₂	19	15,8	74	61,7	5	4,2	15	12,5	7	5,8	120	3,69
	Rata-rata											3,81	
PU													
3	PU ₁	63	52,5	56	46,7	1	0,8	0	0,0	0	0,0	120	4,52
	PU ₂	42	35,0	74	61,7	4	3,3	0	0,0	0	0,0	120	4,32
	PU ₃	49	40,8	62	51,7	8	6,7	1	0,8	0	0,0	120	4,33
Rata-rata											4,39		

PEU													
	PEU ₁	37	30,8	70	58,3	7	5,8	5	4,2	1	0,8	120	4,14
	PEU ₂	18	15,0	85	70,8	14	11,7	3	2,5	0	0,0	120	3,98
4	PEU ₃	33	27,5	70	58,3	10	8,3	7	5,8	0	0,0	120	4,08
	PEU ₄	36	30,0	69	57,5	9	7,5	6	5,0	0	0,0	120	4,13
	PEU ₅	36	30,0	72	60,0	7	5,8	5	4,2	0	0,0	120	4,16
Rata-rata													4,10
BI													
	BI ₁	38	31,7	76	63,3	4	3,3	1	0,8	1	0,8	120	4,24
5	BI ₂	35	29,2	72	60,0	10	8,3	2	1,7	1	0,8	120	4,15
	BI ₃	29	24,2	69	57,5	16	13,3	2	1,7	4	3,3	120	3,98
Rata-rata													4,12

Sumber: Lampiran 3, diolah

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dinyatakan berkaitan dengan variabel pengalaman (*experience*) berkaitan dengan layanan *mobile banking* dipersepsikan “baik” oleh sebagian besar responden yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai *mean* secara keseluruhan 4,04. Baiknya persepsi terhadap variabel pengalaman (*experience*) dapat dilihat melalui mahasiswa pernah menggunakan layanan *mobile* itu yang membuat tertarik menggunakan *mobile banking* dan layanan *mobile* yang pernah digunakan dapat mempermudah dalam menggunakan *mobile banking*.

Kerumitan (*complexity*) berkaitan dengan layanan *mobile banking* dipersepsikan “tinggi” oleh sebagian besar responden yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai *mean* secara keseluruhan 3,81. Tingginya persepsi terhadap variabel kerumitan (*complexity*) dapat dilihat melalui penggunaan *mobile banking* memakan banyak waktu dalam menyelesaikan transaksi dan mahasiswa menemukan banyak kesulitan dalam menggunakan *mobile banking*.

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berkaitan dengan layanan *mobile banking* dipersepsikan “baik” oleh sebagian besar responden yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai *mean* secara keseluruhan 4,39. Baiknya persepsi

terhadap variabel persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dapat dilihat melalui penggunaan *mobile banking* dapat memungkinkan penyelesaian transaksi lebih cepat, penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja, dan penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan efektifitas kerja.

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berkaitan dengan layanan *mobile banking* dipersepsikan "baik" oleh sebagian pegawai yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai *mean* secara keseluruhan 4,10. Baiknya persepsi terhadap variabel persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dapat dilihat melalui mahasiswa merasa mempelajari *mobile banking* merupakan hal yang mudah, banyak hal yang didapatkan dalam menggunakan *mobile banking*, mahasiswa merasa *mobile banking* jelas dan mudah dipahami, mahasiswa merasa *mobile banking* fleksibel, dan mahasiswa merasa *mobile banking* mudah penggunaannya.

Minat penggunaan (*behavioral intention to use*) berkaitan dengan layanan *mobile banking* dipersepsikan "baik" oleh sebagian besar pegawai yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai *mean* secara keseluruhan 4,12. Baiknya persepsi terhadap variabel minat penggunaan (*behavioral intention to use*) dapat dilihat melalui mahasiswa memilih *mobile banking* dalam penyelesaian transaksi, mahasiswa berencana untuk menggunakan *mobile banking* dalam menyelesaikan transaksi dimasa akan datang, dan mahasiswa berminat menggunakan *mobile banking* dimasa yang akan datang.

4.1.3 Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Suatu tes atau alat instrumen dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan pengukuran tersebut. Suatu alat ukur yang valid, tidak sekedar mampu mengungkapkan data dengan tepat dan memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Kesahihan suatu data apabila faktor *loading* dari indicator variabel memiliki nilai diatas 0,50, maka dapat dikatakan bahwa

item pertanyaan sebagai penyusun *unobserved variable* dalam *path analysis* adalah valid (Ghozali, 2014:137)

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil uji validitas yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
Pengalaman (<i>experience</i>)	EX1	0,825	Valid
	EX2	0,837	Valid
Kerumitan (<i>complexity</i>)	PC1	0,774	Valid
	PC2	1,102	Valid
Persepsi kegunaan (<i>perceived usefulness</i>)	PU1	0,731	Valid
	PU2	0,820	Valid
	PU3	0,654	Valid
Persepsi kemudahan (<i>perceived ease of use</i>)	PEU1	0,779	Valid
	PEU2	0,757	Valid
	PEU3	0,857	Valid
	PEU4	0,795	Valid
	PEU5	0,843	Valid
Minat penggunaan (<i>behavioral intention to use</i>)	BI1	0,840	Valid
	BI2	0,942	Valid
	BI3	0,533	Valid

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan dalam variabel penelitian mempunyai nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,50. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

b. Uji Reliabilitas

Uji alat ukur (kuesioner) yang kedua adalah reliabel, yaitu indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat diandalkan. Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah variabel bentuk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu

mengindikasikan sebuah variabel bentukan yang umum. Pada penelitian ini dalam menghitung reliabilitas menggunakan *composite (contract) reliability* dengan *cut off value* adalah minimal 0,70 (Maholtra dalam Solimun, 2002: 71).

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Loading Factor	λ^2	$1 - \lambda^2$	CR
EX	EX1	0,825	0,681	0,319	0,817
	EX2	0,837	0,701	0,299	
	Jumlah	1,662		0,619	
PC	PC1	0,774	0,599	0,401	0,950
	PC2	1,102	1,214	-0,214	
	Jumlah	1,876		0,187	
PU	PU1	0,731	0,534	0,466	0,781
	PU2	0,820	0,672	0,328	
	PU3	0,654	0,428	0,572	
	Jumlah	2,205		1,366	
PEU	PEU1	0,779	0,607	0,393	0,903
	PEU2	0,757	0,573	0,427	
	PEU3	0,857	0,734	0,266	
	PEU4	0,795	0,632	0,368	
	PEU5	0,843	0,711	0,289	
	Jumlah	4,031		1,743	
BI	BI1	0,840	0,706	0,294	0,827
	BI2	0,942	0,887	0,113	
	BI3	0,533	0,284	0,716	
	Jumlah	2,315		1,123	

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.5, ternyata masing-masing variabel laten yang digunakan dalam penelitian memberikan nilai CR di atas nilai *cut-off*-nya sebesar 0,7 sehingga dapat dikatakan masing-masing variabel laten reliabel.

4.1.4 Uji Asumsi *Structural Equation Modelling* (SEM)

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada masing – masing variabel laten, maka dilakukan uji asumsi untuk melihat apakah prasyarat yang diperlukan dalam permodelan SEM dapat terpenuhi. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah asumsi multivariat normal, tidak adanya multikolinearitas atau singularitas dan *outlier*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas perlu dilakukan baik untuk normalitas terhadap data univariat maupun normalitas multivariat dimana beberapa variabel yang digunakan sekaligus dalam analisis akhir. Untuk menguji ada atau tidaknya asumsi normalitas, maka dapat dilakukan dengan dengan nilai statistik z untuk *skewness* dan kurtosisnya secara empirik dapat dilihat pada *Critical Ratio* (CR) yang digunakan tingkat signifikansi 5%, maka nilai CR yang berada diantara -2,58 sampai dengan 2,58 ($-2,58 \leq CR \leq 2,58$) dikatakan data berdistribusi normal, baik secara univariat maupun secara multivariat (Ghozali, 2014:226). Hasil pengujian normalitas (lampiran 5) diperoleh nilai CR sebesar 1,328 yang berarti CR yang berada diantara -2,58 sampai dengan 2,58. Sehingga dapat dinyatakan bahwa data *multivariate* normal. Selain itu juga data univariat normal ditunjukkan oleh semua nilai *critical ratio* semua indikator terletak diantara $-2,58 \leq CR \leq 2,58$.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dilihat melalui determinan matriks kovarians. Nilai determinan yang sangat kecil atau mendekati nol, menunjukkan indikasi terdapatnya masalah multikolinearitas atau singularitas, sehingga data tersebut tidak dapat digunakan untuk penelitian (Tabachnick *and* Fidell, 1998, dalam Ghozali, 2014:230). Hasil pengujian multikolinieritas (lampiran 5) memberikan nilai *determinant of sample covariance matrix* sebesar 68,591. Nilai ini tersebut jauh di atas angka nol sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dan singularitas pada data yang dianalisis.

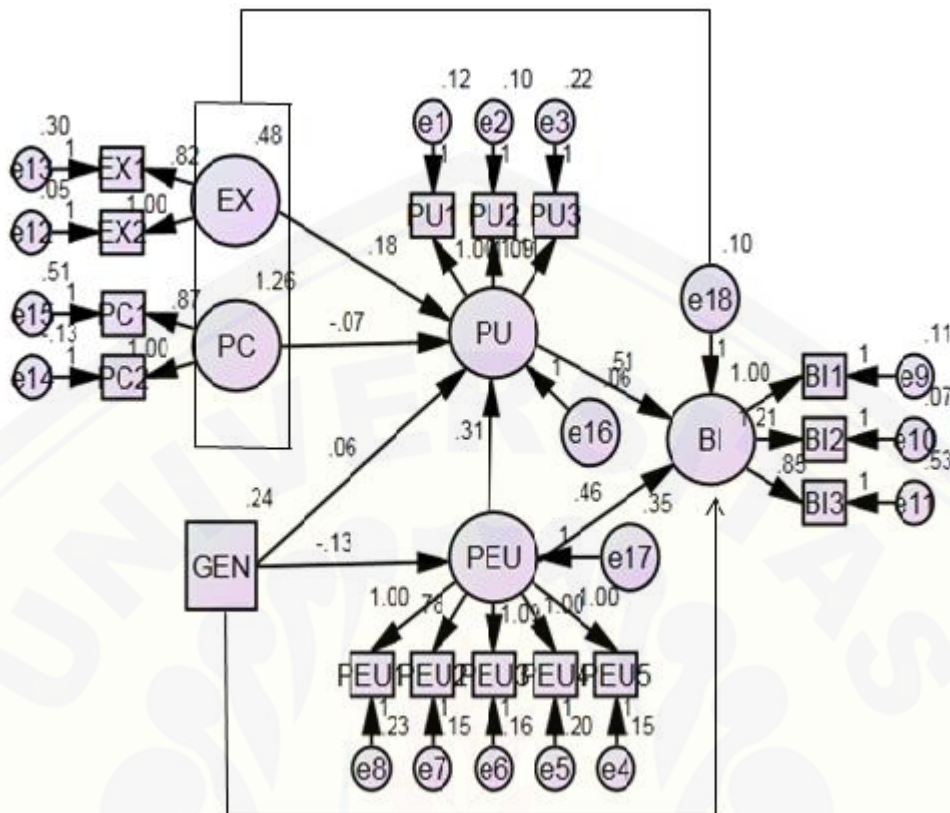
c. Uji *Outliers*

Outliers adalah observasi yang muncul dengan nilai ekstrim baik secara univariat maupun secara multivariat yaitu muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimiliki dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya. Apabila terjadi *outliers* dapat dilakukan perlakuan khusus pada *outliers*-nya asal diketahui bagaimana munculnya *outliers* tersebut. Deteksi terhadap *multivariate outlier* dilakukan dengan memperhatikan nilai *Mahalanobis Distance*. Kriteria yang digunakan adalah berdasarkan nilai *Chi Square* pada derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar jumlah variabel indikator pada tingkat signifikansi $p < 0,01$ (Ghozali, 2014: 227).

Hasil uji *outliers* dalam penelitian ini menunjukkan besarnya nilai *Mahalanobis d-squared*. Data dengan *Mahalanobis d-squared* lebih besar dari 30,578 berarti mengalami *outliers* dan sebaliknya *Mahalanobis d-squared* lebih kecil dari 30,578 berarti tidak mengalami *outliers*. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai *Mahalanobis d-squared* lebih kecil dari 30,578 berarti tidak mengalami *outliers* atau dapat dikatakan tidak ada perbedaan yang signifikan antara data dengan kelompok data.

4.1.5 Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

Pada tahap ini akan dibahas mengenai uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas. Hasil pengujian dengan program AMOS memberikan hasil model SEM seperti terlihat pada gambar berikut yang menunjukkan pengaruh pengalaman (*experience*) dan kerumitan (*complexity*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), pengaruh gender terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), serta pengaruh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*) penggunaan layanan *mobile banking* pada mahasiswa Universitas Jember.



Gambar 4.1 Hasil Analisis SEM

Sumber: Lampiran 5

a. Uji Kesesuaian Model (*Goodness of Fit Test*)

Pengujian pada model SEM bertujuan untuk melihat kesesuaian model, hasil pengujian kesesuaian model dalam studi ini disajikan pada Tabel 4.5.

Tabel 4.6 Indeks Kesesuaian SEM

Kriteria	Nilai Cut Off	Hasil Pengujian	Keterangan
Chi Square	Diharapkan lebih kecil dari X^2 pada $df = 84$, yaitu 117,057	101,858	Baik
Sig. Probability	$\geq 0,05$	0,090	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,042	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,907	Baik

AGFI	$\geq 0,90$	0,849	Marginal
CMIN/DF	≤ 2 atau 3	1,213	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,978	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,985	Baik

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari delapan kriteria terdapat salah satu kriteria masuk dalam kategori marginal, namun model tersebut masih dapat diterima. Hal ini mengacu pada pendapat Solimun (2002) yang menyatakan berdasarkan aturan *parsimony* jika sebagian besar kriteria fit model terpenuhi maka model telah dinyatakan fit. Dari berbagai indeks kesesuaian model (*goodness of fit*) tersebut dapat disimpulkan bahwa model yang diajukan sudah fit atau mempunyai kesesuaian yang cukup baik diajukan sudah fit atau mempunyai kesesuaian yang cukup baik.

b. Uji Kausalitas

Setelah dilakukan pengujian kesesuaian modal penelitian, maka langkah selanjutnya adalah menguji kausalitas dalam penelitian. Pengujian koefisien jalur secara rinci disajikan dalam Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Hasil Uji Kausalitas

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PEU <---	GEN	-0,134	0,117	-1,149	0,251	Tdk Signifikan
PU <---	EX	0,175	0,080	2,187	0,029	Signifikan
PU <---	GEN	0,063	0,063	0,992	0,321	Tdk Signifikan
PU <---	PEU	0,313	0,079	3,973	0,000	Signifikan
PU <---	PC	-0,071	0,034	-2,095	0,036	Signifikan
BI <---	PU	0,512	0,174	2,939	0,003	Signifikan
BI <---	PEU	0,458	0,104	4,404	0,000	Signifikan

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh pengalaman (*experience*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) memiliki jalur positif sebesar 0,175 dengan C.R sebesar

2,187 dan probabilitas (p) sebesar 0,029 yang berarti bahwa pengalaman (*experience*) berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh terhadap persepsi kegunaan terbukti kebenarannya atau H₁ diterima. Hal ini berarti semakin baik pengalaman (*experience*), maka persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) juga akan semakin baik.

Hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh kerumitan (*complexity*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) memiliki jalur negatif sebesar -0,071 dengan C.R sebesar -2,095 dan probabilitas (p) sebesar 0,036 yang berarti bahwa kerumitan (*complexity*) berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kerumitan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan terbukti kebenarannya atau H₂ diterima. Hal ini berarti semakin tinggi kerumitan (*complexity*), maka persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) akan semakin jelek.

Hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh gender terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) memiliki jalur positif sebesar 0,063 dengan C.R sebesar 0,992 dan probabilitas (p) sebesar 0,321 yang berarti bahwa gender tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa gender berpengaruh terhadap persepsi kegunaan tidak terbukti kebenarannya atau H₃ ditolak. Hal ini berarti faktor gender tidak memberikan perbedaan persepsi kegunaan layanan *mobile banking*.

Hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh gender terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) memiliki jalur negatif sebesar -0,134 dengan C.R sebesar -1,149 dan probabilitas (p) sebesar 0,251 yang berarti bahwa gender tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa gender berpengaruh terhadap persepsi kemudahan tidak terbukti kebenarannya atau H₄ ditolak. Hal ini berarti faktor gender tidak memberikan perbedaan persepsi kemudahan layanan *mobile banking*.

Hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) memiliki jalur positif sebesar 0,313 dengan C.R sebesar 3,973 dan probabilitas (p) sebesar 0,000 yang berarti bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terbukti kebenarannya atau H₅ diterima. Hal ini berarti semakin baik persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), maka persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) juga akan semakin baik.

Hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*) memiliki jalur positif sebesar 0,458 dengan C.R sebesar 4,404 dan probabilitas (p) sebesar 0,000 yang berarti bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* terbukti kebenarannya atau H₆ diterima. Hal ini berarti semakin baik persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), maka minat penggunaan (*behavioral intention to use*) layanan *mobile banking* juga akan semakin baik.

Hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*) memiliki jalur positif sebesar 0,512 dengan C.R sebesar 2,939 dan probabilitas (p) sebesar 0,003 yang berarti bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* terbukti kebenarannya atau H₇ diterima. Hal ini berarti semakin baik persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), maka minat penggunaan (*behavioral intention to use*) layanan *mobile banking* juga akan semakin baik.

4.1.6 Pengaruh Antar Variabel

4.1.6.1 Pengaruh Langsung Antar Variabel

Dalam penelitian hubungan pengaruh langsung terjadi antara variabel laten eksogen yang terdiri dari pengalaman (*experience*), kerumitan (*complexity*), dan gender dengan variabel endogen *intervening* persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan variabel laten endogen terikat yaitu minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Ringkasan mengenai pengaruh langsung dari variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Pengaruh Langsung Variabel

Pengaruh	Variabel Endogen			
		PU	PEU	BI
Langsung				
Variabel Eksogen	EX	0,354	0,000	0,000
	PC	-0,231	0,000	0,000
	GEN	0,089	-0,110	0,000
	PU	0,000	0,000	0,345
	PEU	0,541	0,000	0,533

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pengaruh langsung dari variabel pengalaman (*experience*), gender, dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) bernilai positif terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Sedangkan pengaruh langsung dari variabel kerumitan (*complexity*) bernilai negatif terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan faktor yang dominan mempengaruhi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) layanan *mobile banking* pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah layanan *mobile banking*, maka persepsi kegunaannya juga akan semakin baik.

Besarnya pengaruh langsung variabel gender bernilai negatif terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan memiliki penilaian yang lebih baik dibandingkan dengan responden dengan jenis kelamin laki-laki

mengenai persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dalam layanan *mobile banking*.

Besarnya pengaruh langsung variabel persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) bernilai positif terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan faktor yang dominan mempengaruhi minat penggunaan (*behavioral intention to use*) layanan *mobile banking* pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah layanan *mobile banking*, maka mahasiswa akan semakin berminat untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

4.1.6.2 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel

Hubungan tidak langsung terjadi antara variabel laten eksogen yang terdiri dari pengalaman (*experience*), kerumitan (*complexity*), dan gender dengan variabel endogen *intervening* persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan variabel laten endogen terikat yaitu minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Ringkasan mengenai pengaruh tidak langsung dari variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel

Pengaruh Tidak Langsung	Variabel Endogen			
		PU	PEU	BI
Variabel Eksogen	EX	0,000	0,000	0,122
	PC	0,000	0,000	-0,080
	GEN	-0,060	0,000	-0,049
	PU	0,000	0,000	0,000
	PEU	0,000	0,000	0,187

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa pengaruh tidak langsung variabel gender bernilai negatif terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Nilai negatif tersebut menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan memiliki penilaian yang lebih rendah dibandingkan dengan

responden dengan jenis kelamin laki-laki mengenai persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dalam layanan *mobile banking*.

Besarnya pengaruh tidak langsung variabel pengalaman (*experience*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) bernilai positif terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*), sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung variabel kerumitan (*complexity*) dan gender bernilai negatif terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Berdasarkan pengujian tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) mempunyai efek tidak langsung terbesar terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Adanya persepsi bahwa layanan *mobile banking* mudah digunakan tentunya akan membuat mahasiswa memiliki penilaian yang baik terhadap persepsi kegunaan layanan tersebut, dan pada akhirnya akan mendorong minat penggunaan layanan *mobile banking*.

4.1.6.3 Pengaruh Total Antar Variabel

Pengaruh total merupakan pengaruh yang disebabkan oleh adanya berbagai hubungan antar variabel baik langsung maupun tidak langsung. Ringkasan mengenai pengaruh langsung dari variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.10 Pengaruh Total Antar Variabel

Pengaruh	Variabel Endogen			
		PU	PEU	BI
Total				
Variabel Eksogen	EX	0,354	0,000	0,122
	PC	-0,231	0,000	-0,080
	GEN	0,030	-0,110	-0,048
	PU	0,000	0,000	0,345
	PEU	0,541	0,000	0,632

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa pengaruh total dari variabel pengalaman (*experience*), gender, dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) bernilai positif terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Sedangkan pengaruh total dari variabel kerumitan (*complexity*) bernilai negatif terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Besarnya pengaruh total variabel

persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) bernilai negatif.

Besarnya pengaruh total variabel pengalaman (*experience*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) bernilai positif terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*), sedangkan besarnya pengaruh total variabel kerumitan (*complexity*) dan gender bernilai negatif terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Berdasarkan pengujian tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) mempunyai efek total terbesar terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Adanya persepsi bahwa layanan *mobile banking* merupakan hal yang mudah, maka mahasiswa akan semakin berminat untuk menggunakan layanan tersebut.

4.2 Pembahasan

Secara garis besar penelitian ini menunjukkan keseluruhan hipotesis yang diajukan dapat diterima. dari ketujuh hipotesis, hanya dua hipotesis yang tidak terbukti kebenarannya atau ditolak, yaitu gender berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (H_3) dan gender berpengaruh terhadap persepsi kemudahan (H_4).

4.2.1 Pengaruh Pengalaman (*Experience*) terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Hasil penelitian menunjukkan faktor pengalaman (*experience*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh terhadap persepsi kegunaan terbukti kebenarannya atau **H₁ diterima**. Berkaitan dengan pengalaman (*experience*), aspek-aspek pengalaman mahasiswa telah dinilai baik. Baiknya persepsi terhadap variabel pengalaman (*experience*) dapat dilihat dari diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 4,04 oleh sebagian besar mahasiswa dan hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh pengalaman (*experience*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) memiliki jalur positif sebesar 0,175 dengan C.R sebesar 2,187 dan probabilitas (p) sebesar 0,029 yang berarti

bahwa pengalaman (*experience*) berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Hal ini berarti semakin baik pengalaman mahasiswa dalam menggunakan layanan berbasis *mobile* seperti aplikasi sister unej *mobile*, maka persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berkaitan dengan layanan *mobile banking* juga akan semakin baik. Dengan adanya pengaruh pengalaman mahasiswa dalam menggunakan layanan sister unej *mobile* akan dapat menarik minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* karena pengalaman dalam menggunakan layanan berbasis *mobile* yang pernah digunakan dapat mempermudah mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.

Pengalaman dalam menggunakan layanan sister unej *mobile* memberikan motivasi dalam menggunakan *mobile banking*, semakin sering dan berpengalaman seseorang dalam menggunakan layanan berbasis *mobile* maka itu akan mempengaruhi seseorang untuk mencobanya kembali dengan mempunyai kepercayaan bahwa *mobile banking* tidak jauh beda dengan layanan *mobile phone* lainnya.

Penelitian sebelumnya yaitu ajzen dan Fishbein, telah menunjukkan bahwa pengalaman (*experience*) merupakan penentu dari perilaku (*behavior*). Penelitian Taylor dan Todd (1995) juga menemukan perbedaan yang signifikan antara pemakai sistem yang berpengalaman dan mereka yang belum berpengalaman dalam menentukan untuk menggunakan sistem. Hasil dari penelitian ini juga menemukan kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) merupakan penentu yang paling kuat untuk pemakai yang berpengalaman. Sedang pengaruh minat perilaku ke perilaku (pemakaian sesungguhnya) dari sistem lebih kuat untuk pemakai yang berpengalaman dibandingkan yang belum berpengalaman.

4.2.2 Pengaruh Kerumitan (*Complexity*) terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Hasil penelitian menunjukkan faktor kerumitan (*complexity*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kerumitan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan terbukti kebenarannya atau **H₂ diterima**. Berkaitan dengan

kerumitan (*complexity*), aspek-aspek kerumitan layanan *mobile banking* dinilai tinggi. Tingginya persepsi terhadap variabel kerumitan (*complexity*) dapat dilihat dari diperolehnya nilai *mean* secara keseluruhan 3,81 oleh sebagian besar responden dan hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh kerumitan (*complexity*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) memiliki jalur negatif sebesar -0,071 dengan C.R sebesar -2,095 dan probabilitas (p) sebesar 0,036 yang berarti bahwa kerumitan (*complexity*) berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kerumitan yang dialami mahasiswa berkaitan dengan layanan *mobile banking*, maka persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) layanan tersebut akan semakin buruk dan penggunaan *mobile banking* yang memakan banyak waktu dalam menyelesaikan transaksi perbankan membuat mahasiswa menemukan banyak kesulitan dalam menggunakan *mobile banking*.

Kerumitan dalam menggunakan *mobile banking* menjadikan sebuah alasan seseorang untuk tidak menggunakan *mobile banking* karena pada dasarnya sistem teknologi dibuat untuk memudahkan penggunaannya namun jika dalam menggunakan *mobile banking* membutuhkan banyak waktu untuk melakukan transaksi keuangan *non cash* mahasiswa akan berpikir kembali untuk menggunakannya. Hal ini sama dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Rogers dan Shoemaker (1971) yang menyatakan bahwa kerumitan (*complexity*) merupakan sebagai seberapa sulit suatu teknologi *computer* untuk dipahami dan digunakan yang dipersepsikan oleh pemakai. Davis (1989) dan Igarria et al.(1996) mengukur kerumitan ini dalam bentuk waktu yang dihabiskan untuk melakukan tugas-tugas, integrasi dari hasil *computer* kedalam pekerjaan yang sedang dilakukan dan *vulnerability*.

Berbeda dengan penelitian Davis (1989) dan Igarria et al.(1996), Thompson et al. (1991) menemukan bahwa semakin rumit suatu inovasi, semakin rendah tingkat penerimaan inovasi tersebut. Walaupun tampaknya kerumitan terbalik dengan penggunaan (*ease of use*), Igarria et al. (1995) menemukan hubungan yang kuat antara kerumitan persepsian dengan kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan dengan penggunaan sesungguhnya (*usage*). Davis (1998) juga

menemukan hubungan positif antara kerumitan dengan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Dari hasil penelitian-penelitian ini, Gardner dan Amoroso (2004) menghipotesiskan bahwa kerumitan akan berhubungan negatif dengan penggunaan sesungguhnya (*usage*) dan berhubungan positif dengan kemudahan penggunaan (*ease of use*).

4.2.3 Pengaruh Gender terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Hasil penelitian menunjukkan faktor gender tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa gender berpengaruh terhadap persepsi kegunaan tidak terbukti kebenarannya atau **H₃ ditolak**. Hasil pengujian koefisien jalur menunjukkan pengaruh gender terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) memiliki jalur positif sebesar 0,063 dengan C.R sebesar 0,992 dan probabilitas (p) sebesar 0,321 yang berarti bahwa gender tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Hal ini berarti faktor gender tidak mempengaruhi *perceived usefulness* atau dengan kata lain *perceived usefulness* yang berkaitan dengan layanan *mobile banking* antara mahasiswa laki-laki atau perempuan tidak berbeda.

Faktor latar belakang responden yang merupakan mahasiswa dinilai sebagai kelompok yang mudah menerima penerapan sebuah inovasi teknologi, seperti layanan *mobile banking*. Tingkat pengetahuan yang baik tentunya akan menyebabkan perbedaan gender menjadi tidak relevan berkaitan dengan tingkat kemudahan inovasi teknologi.

Dalam era globalisasi yang penuh dengan berbagai persaingan, seseorang mahasiswa tidak lagi mengacu kepada norma-norma kehidupan sosial yang lebih banyak mempertimbangkan faktor jenis kelamin, akan tetapi ditentukan oleh daya saing dan keterampilan dalam menggunakan *mobile banking* untuk mendapatkan manfaat yang dibutuhkan dalam menyelesaikan tugas perbankannya.

Beberapa penelitian menjelaskan pentingnya mempertimbangkan gender. Gefen dan Straub (1997) menjelaskan bahwa wanita memiliki pengaruh positif

terhadap persepsi kegunaan, sedangkan pria memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kemudahan.

4.2.4 Pengaruh Gender terhadap Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Hasil penelitian menunjukkan faktor gender tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa gender berpengaruh terhadap persepsi kemudahan tidak terbukti kebenarannya atau **H₄ ditolak**. Hasil pengujian koefisien jalur menunjukkan pengaruh gender terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) memiliki jalur negatif sebesar -0,134 dengan C.R sebesar -1,149 dan probabilitas (p) sebesar 0,251 yang berarti bahwa gender tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Hal ini berarti faktor gender tidak mempengaruhi persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) atau dengan kata lain persepsi kemudahan berkaitan dengan layanan mobile banking antara mahasiswa laki-laki atau perempuan tidak berbeda. Faktor latar belakang responden yang merupakan mahasiswa dinilai sebagai kelompok yang mudah menerima penerapan sebuah inovasi teknologi, seperti layanan *mobile banking*. Tingkat pengetahuan yang baik tentunya akan menyebabkan perbedaan gender menjadi tidak relevan berkaitan dengan tingkat kemudahan inovasi teknologi.

Venkatesh dan Morris (2000) dalam penelitiannya menguji perbedaan laki-laki dan perempuan dalam penggunaan teknologi informasi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa wanita lebih cenderung menggunakan suatu teknologi karena dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan laki-laki lebih cenderung menggunakan suatu teknologi karena persepsi kegunaan dari teknologi tersebut. Hasil penelitian Yang (2005) menunjukkan bahwa wanita memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan.

4.2.5 Pengaruh Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis terbukti bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* terbukti kebenarannya atau **H₅ diterima**. Hal ini berarti semakin baik *perceived ease of use*, maka *perceived usefulness* juga akan semakin baik. Berkaitan dengan persepsi *perceived ease of use* dengan layanan mobile banking, aspek-aspek *perceived ease of use* telah dinilai baik. Baiknya persepsi terhadap variabel *perceived ease of use* dapat dilihat dari diperolehnya nilai mean secara keseluruhan 4,10 dan hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* yang memiliki jalur positif sebesar 0,313 dengan C.R sebesar 3,973 dan probabilitas (p) sebesar 0,000 yang berarti bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*. Ini berarti tingkat kepercayaan mahasiswa bahwa dengan menggunakan *mobile banking* akan meningkatkan kinerja pekerjaannya tergantung pada kemudahan yang diberikan, sehingga mahasiswa merasa *mobile banking* dapat meringankan tugas-tugas perbankannya.

Dengan *mobile banking*, tugas perbankan yang bagi sebagian orang sulit dipahami menjadi membawa kemudahan secara keseluruhan bagi mahasiswa. Mahasiswa yang dulunya sulit memahami instruksi perbankan karena tidak memiliki cukup waktu untuk datang ke bank, kini dapat memahaminya melalui *mobile banking* yang aksesnya dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun sehingga sangat fleksibel. Instruksi pada *mobile banking* yang jelas dan mudah dimengerti sehingga mahasiswa tidak merasa dipersulit saat membutuhkan *mobile banking* untuk menyelesaikan tugas perbankannya. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hubungan antara persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan dalam menggunakan teknologi.

Menurut Davis (1989) kemudahan penggunaan teknologi informasi merupakan katalisator potensial untuk meningkatkan minat penggunaan dalam penggunaan teknologi informasi. Individu yang merasa bahwa sebuah teknologi

mudah untuk digunakan, maka persepsi kemudahan penggunaan akan meningkat, demikian sebaliknya.

Dengan adanya perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa mahasiswa yang menggunakan *mobile banking* lebih cepat mendapatkan informasi perbankannya dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak menggunakan *mobile banking* atau dengan datang dan mengantri di bank.

4.2.6 Pengaruh Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) terhadap Minat Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis terbukti bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* terbukti kebenarannya atau **H₆ diterima**. Hal ini berarti semakin baik *perceived ease of use*, maka persepsi *perceived usefulness* juga akan semakin baik. Berkaitan dengan *perceived ease of use* dengan layanan *mobile banking*, aspek-aspek *perceived ease of use* telah dinilai baik. Baiknya persepsi terhadap variabel *perceived ease of use* dapat dilihat dari diperolehnya nilai *mean* secara keseluruhan 4,10 dan hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* memiliki jalur positif sebesar 0,458 dengan C.R sebesar 4,404 dan probabilitas (p) sebesar 0,000 yang berarti bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *behavioral intention to use*. Ini berarti segala kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa otomatis akan meningkatkan kepercayaan untuk menambah keinginan mahasiswa menggunakan *mobile banking*, sebagai cara untuk mempermudah dalam tugas perbankan.

Berbagai kemudahan layanan *mobile banking* yang ditawarkan kepada mahasiswa memberi dampak positif bagi minat dalam menggunakan *mobile banking* yang juga meningkat. Dengan adanya keinginan mahasiswa untuk meningkatkan efektifitas kinerja dengan kemudahan penggunaan *mobile banking*, menjadikan *mobile banking* seperti sebuah kebutuhan untuk melakukan transaksi perbankan. Pernyataan ini didukung dari hasil penelitian Agarwal dan

Prasad (1999) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki dampak yang positif terhadap minat penggunaan sistem informasi. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Van Der Heijden (2003).

4.2.7 Pengaruh Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) terhadap Minat Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use*. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking terbukti kebenarannya atau **H₇ diterima**. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai mean *perceived usefulness* berkaitan dengan layanan *mobile banking* secara keseluruhan 4,39 oleh sebagian besar responden dipersepsikan baik dan hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* memiliki jalur positif sebesar 0,512 dengan C.R sebesar 2,939 dan probabilitas (p) sebesar 0,003 yang berarti bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use*. Ini berarti jika seorang mahasiswa merasa bahwa *mobile banking* akan memberikan manfaat positif untuk kinerjanya maka itu akan meningkatkan keinginan mahasiswa tersebut dalam menggunakan *mobile banking*.

Mahasiswa yang dulu harus meluangkan waktu datang ke bank untuk menjalani prosedur bertahap dan mengantri, saat ini dapat melakukan tugas perbankan dengan lebih cepat, sehingga menghemat waktu sehingga dapat mengerjakan tugas lainnya, hal ini tentu meningkatkan kinerja dan produktifitas. Segala manfaat yang ditawarkan kepada mahasiswa dalam penggunaan *mobile banking* akan dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*. Van der Heijden (2003) berpendapat bahwa persepsi kegunaan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan performa maupun prestasi kerjanya. Chin dan Todd (1995) menyebutkan bahwa kegunaan dapat dibagi kedalam dua kategori, yaitu kegunaan dengan estimasi satu faktor dan kegunaan dengan estimasi dua faktor (kemanfaatan dan efektifitas). Kegunaan dengan estimasi dua faktor oleh Chin

dan Todd (1995) dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kemanfaatan dan efektifitas. Kemanfaatan diantaranya meliputi dimensi menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, dan menambah produktifitas. Efektifitas meliputi dimensi mempertinggi efektifitas dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegunaan dari penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja, prestasi kerja serta produktifitas orang yang menggunakannya. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Davis (1989) dan van der Heijden (2003).



BAB 5. KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengalaman berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*).
2. Kerumitan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*).
3. Gender tidak berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*).
4. Gender tidak berpengaruh terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*).
5. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat perilaku pengguna *mobile banking*.
6. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*).
7. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk penelitian selanjutnya. Keterbatasan-keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini menggunakan model penerimaan teknologi, yaitu TAM dengan beberapa konstruk yang digunakan, antara lain persepsi pengalaman, persepsi kerumitan, gender, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan pada minat individu untuk menggunakan *mobile banking*. Namun, peneliti tidak menambah konstruk lain yang lebih berpengaruh pada minat individu dalam menggunakan *mobile banking*, misalnya persepsi risiko.
2. Objek penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa universitas jember angkatan 2013 sehingga tidak dapat mewakili minat penggunaan *mobile banking* individu dengan jangkauan wilayah yang lebih luas.

5.3 Saran

1. Bagi mahasiswa menggunakan *mobile banking* dalam memanfaatkan layanan perbankan merupakan suatu pilihan yang kurang efektif ketika tingkat mobilitas rawan risiko. Untuk itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan kembali untuk memperluas model berperilaku atas penerimaan teknologi guna mencakup konstruk teoritis penting lainnya.
2. Sebaiknya penelitian berikutnya dilakukan dengan wilayah sebaran yang lebih luas agar hasil penelitian dapat tergeneralisasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Bodnar, G. H. (2003). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chuttur, M. 2. (2009). Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Development and Future Direction. *Spouts: Working Papers on Information System*, 9 (37).
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology* (Vol. 13). Management Information System Research Center.
- Ferdinand. (2006). *Sctructural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gardner, C., dan Amoroso D.L. (2004). *Development of an Instrument to Measure the acceptance of Internet Technology by Consumers*. proceeding of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences.
- Gefen, D ., dan Straub, D.W. (1997). *Gender difference in the perception and use of e-mail: an extention to the technology acceptance model*. MIS Quarterly, 389-400.
- Ghozali, I. (2014). *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 2.2*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. e. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: prentice Hall.
- Hartanto, J. (2007). *metodologi penelitian*. yogyakarta: BPFE.
- Igbaria , M., Pavri F.N. (1995). *The Effects of Sellf Effiecacys on Computer Usage*. . Omega. Int. Journal Mangagement Science Vol23, No 6, pp. 587-605.
- Igbaria, M., Parasuraman, S dan Baroudi, J.J . (1996). *A Motivational Model of Microcomputer Usage*. Journal of Management System (13) pp 127-143.

Indriantoro, Nur dan Supomo, B. (2013). *Metodologi Penelitian dan Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta : BPFE.

Jogiyanto, H. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: BPFE.

Khakim, K. N. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Software Akuntansi MYOB Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Skripsi Universitas Sebelas Maret.

Mathiesion, K. (1991). *Predicting User Intentions: Comparing the Thecnology Acceptance Model With The Planned Behavior*. (Vol. 2). Information System Research.

Moore, G. and I. Benbasat. (1991). *Development of an Instrument to Measure the Percepcion of Adopting New Information Technology Innovation*. Information System Research (2:3) pp. 192-222.

Rogers, E. M., dan Shoemaker, E.F. (1971). *Communication of Innovations*. New York: Free Press.

Solimun. (2002). *Pemodelan Persamaan Struktural Pendekatan PLS dan SEM*. Malang: Badan Penerbit Universitas Brawijaya.

Sugihanti. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Wajib Pajak Untuk Menggunakan E-Filling*. Skripsi Universitas Diponegoro.

Sun, H dan Zhang , P. (2003). *A New Persepective to Analyze User Technology Acceptance*. Working Paper, Syracuse Universty.

Sun, H., & Zhang, P . (2003). *A New Persepective to Analyze User Technology Acceptance*. Working Paper, Syracuse Universty .

Taylor, S. d. (1995). *Understanding information Techonlogy Usage: A test of Competing Models*. Information Systems Research (6:4) pp. 144-176.

Thompson. (1991). *Personal Computing: Toward a Conceptual Model Utilization*. MIS Quartely.

Tjhai, F. J. (2003). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Akuntan Publik* (Vol. 5). Jurnal Bisnis dan Akuntansi.

Universitas, Jember. (2012). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: Badan Penerbit Universitas Jember.

Venkatesh, V., dan Davis, F.D. (2000). *A Theoretical Extention of the Technology Accepatnce Model: Four Longitudinal Field Studies*. MIS Querterly (27:03) pp.186-204.

www.bi.go.id

(www.teknologidunia.com)

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

**KUISONER PENELITIAN
ANALISIS MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
DENGAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*
YANG TELAH DIMODIFIKASI**

Responden Yang Terhormat,

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan di kampus Universitas Jember, dengan ini saya mohon kesediaan rekan-rekan mahasiswa untuk mengisi kuisoner ini sesuai dengan petunjuk yang ada.

Adapun data kuisoner ini peneliti perlukan untuk menyusun skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember, Oleh karena itu, saya mohon agar rekan-rekan mahasiswa mengisi kuisoner ini dengan baik, benar dan jujur. Mengenai identitas, data dan jawaban dari kuisoner ini akan saya jaga sesuai dengan etika penelitian.

Demi keberhasilan penelitian ini, saya mohon kerjasamanya. Atas kerjasama dan perhatian yang telah rekan-rekan mahasiswa berikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Peneliti

IDENTITAS PENELITI

Nama : Hanif Astika Kurniawati
Nim : 110810301163
Program Studi : S1 Akuntansi/ Fakultas Ekonomi
Institusi : Universitas Jember

DATA RESPONDEN

- a. Nama :
- b. Umur :
- c. Jenis kelamin :
- d. Program Studi :

II. PETUNJUK PENGISIAN KUISONER

Pada pertanyaan kuesioner, anda diharapkan menjawab dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu pilihan mulai dari kolom angka 1 sampai 5 sesuai dengan pengalaman anda. Adapun keterangan pada kolom sebagai berikut:

1. Jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Jawaban Setuju (S)
3. Jawaban Kurang Setuju (N)
4. Jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

I. Persepsi Kegunaan (*Perceived usefulness*)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Penggunaan <i>mobile banking</i> dapat memungkinkan penyelesaian transaksi lebih cepat.					
2.	Penggunaan <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan kinerja saya					
3.	Penggunaan <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan efektifitas kerja.					

II. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Mempelajari <i>mobile banking</i> merupakan hal yang mudah bagi saya.					
2.	Banyak hal yang saya dapatkan dalam menggunakan <i>mobile banking</i> .					
3.	Menurut saya <i>mobile banking</i> jelas dan mudah dipahami.					
4.	Menurut saya <i>mobile banking</i> fleksibel					
5.	Menurut saya <i>mobile banking</i> mudah penggunaannya					

III. Minat Penggunaan (*Behavioral intention to use*)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memilih <i>mobile banking</i> dalam penyelesaian transaksi saya.					
2.	Saya berencana untuk menggunakan <i>mobile banking</i> dalam menyelesaikan transaksi dimasa akan datang.					
3.	Saya berminat menggunakan <i>mobile banking</i> dimasa yang akan datang.					

IV. Kerumitan (*Complexity*)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Penggunaan <i>mobile banking</i> memakan banyak waktu saya dalam menyelesaikan transaksi.					
2.	Saya menemukan banyak kesulitan dalam menggunakan <i>mobile banking</i>					

V. Pengalaman (*Experience*)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya pernah mencoba menggunakan beberapa layanan <i>mobile</i> itu yang membuat saya tertarik menggunakan <i>mobile banking</i>					
2.	Saya pernah menggunakan layanan <i>mobile</i> lebih dari satu tahun itu yang membuat saya ingin mencoba layanan <i>mobile banking</i> .					

VI. Gender

No	Pertanyaan	Jumlah
1.	Wanita	
2.	Laki-laki	

61	4	3	5	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	3	5	4	3	1	5	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	5
63	4	5	5	5	0	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	
64	5	4	5	4	1	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	
65	3	4	5	4	0	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	
66	4	4	4	4	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
67	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
68	3	4	5	4	1	4	4	5	2	3	3	3	2	1	1	3	
69	3	4	5	4	1	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	
70	4	4	5	5	0	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
71	3	3	1	2	0	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
72	2	3	3	2	1	5	4	3	2	2	2	2	2	4	3	1	
73	3	3	4	4	1	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	
74	5	5	2	2	0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
75	5	5	5	5	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	
76	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
77	3	5	4	4	1	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	
78	4	5	4	4	0	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
79	4	5	5	4	1	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	
80	5	4	5	4	0	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	
81	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
82	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	
83	5	4	5	4	1	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	
84	4	4	4	4	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
85	4	4	4	4	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
86	4	5	4	4	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	
87	4	4	5	4	0	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	
88	5	4	5	4	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
89	4	3	4	4	0	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
90	4	4	5	4	1	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	
91	3	4	5	4	1	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	
92	4	5	4	5	1	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	
93	4	4	1	2	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	
94	4	4	4	4	0	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	3	
95	4	4	5	5	1	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	
96	4	4	5	4	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
97	4	5	5	4	1	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	3	
98	3	4	5	5	1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
99	5	5	5	5	0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
100	5	5	5	4	1	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	
101	4	5	5	4	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
102	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
103	3	4	4	4	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
104	4	4	5	4	1	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	
105	4	4	5	4	0	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	
106	5	5	4	4	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
107	4	4	5	4	1	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	
108	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
109	5	5	4	4	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
110	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
111	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
112	3	4	4	4	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
113	4	4	5	4	1	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	
114	5	5	2	1	1	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	
115	5	5	2	2	0	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
116	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	
117	3	4	4	4	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
118	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
119	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
120	2	2	4	5	1	4	4	3	2	2	2	2	2	4	4	4	

Lampiran 3. Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
EX1	120	2.00	5.00	3.9250	.79030
EX2	120	2.00	5.00	4.1500	.72934
PC1	120	1.00	5.00	3.9333	1.21429
PC2	120	1.00	5.00	3.6917	1.06744
PU1	120	3.00	5.00	4.5167	.51829
PU2	120	3.00	5.00	4.3167	.53426
PU3	120	2.00	5.00	4.3250	.63725
PEU1	120	1.00	5.00	4.1417	.77020
PEU2	120	2.00	5.00	3.9833	.60784
PEU3	120	2.00	5.00	4.0750	.76874
PEU4	120	2.00	5.00	4.1250	.75105
PEU5	120	2.00	5.00	4.1583	.71002
BI1	120	1.00	5.00	4.2417	.63505
BI2	120	1.00	5.00	4.1500	.70592
BI3	120	1.00	5.00	3.9750	.86445
Valid N (listwise)	120				

EX1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	7	5.8	5.8	5.8
3.00	21	17.5	17.5	23.3
4.00	66	55.0	55.0	78.3
5.00	26	21.7	21.7	100.0
Total	120	100.0	100.0	

EX2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	5	4.2	4.2	4.2
3.00	9	7.5	7.5	11.7
4.00	69	57.5	57.5	69.2
5.00	37	30.8	30.8	100.0
Total	120	100.0	100.0	

PC1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	8.3	8.3	8.3
	2.00	10	8.3	8.3	16.7
	3.00	2	1.7	1.7	18.3
	4.00	54	45.0	45.0	63.3
	5.00	44	36.7	36.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

PC2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	5.8	5.8	5.8
	2.00	15	12.5	12.5	18.3
	3.00	5	4.2	4.2	22.5
	4.00	74	61.7	61.7	84.2
	5.00	19	15.8	15.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

GEN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	48	40.0	40.0	40.0
	1.00	72	60.0	60.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

PU1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	.8	.8	.8
	4.00	56	46.7	46.7	47.5
	5.00	63	52.5	52.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

PU2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	3.3	3.3	3.3
	4.00	74	61.7	61.7	65.0
	5.00	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

PU3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.8	.8	.8
	3.00	8	6.7	6.7	7.5
	4.00	62	51.7	51.7	59.2
	5.00	49	40.8	40.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

PEU1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	5	4.2	4.2	5.0
	3.00	7	5.8	5.8	10.8
	4.00	70	58.3	58.3	69.2
	5.00	37	30.8	30.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

PEU2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.5	2.5	2.5
	3.00	14	11.7	11.7	14.2
	4.00	85	70.8	70.8	85.0
	5.00	18	15.0	15.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

PEU3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	5.8	5.8	5.8
	3.00	10	8.3	8.3	14.2
	4.00	70	58.3	58.3	72.5
	5.00	33	27.5	27.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

PEU4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	5.0	5.0	5.0
	3.00	9	7.5	7.5	12.5
	4.00	69	57.5	57.5	70.0
	5.00	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

PEU5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	4.2	4.2	4.2
	3.00	7	5.8	5.8	10.0
	4.00	72	60.0	60.0	70.0
	5.00	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BI1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	1	.8	.8	1.7
	3.00	4	3.3	3.3	5.0
	4.00	76	63.3	63.3	68.3
	5.00	38	31.7	31.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

B12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	2	1.7	1.7	2.5
	3.00	10	8.3	8.3	10.8
	4.00	72	60.0	60.0	70.8
	5.00	35	29.2	29.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

B13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	3.3	3.3	3.3
	2.00	2	1.7	1.7	5.0
	3.00	16	13.3	13.3	18.3
	4.00	69	57.5	57.5	75.8
	5.00	29	24.2	24.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PU1 <--- PU	1.000				
PU2 <--- PU	1.157	.146	7.951	***	
PU3 <--- PU	1.101	.168	6.548	***	
PEU5 <--- PEU	1.000				
PEU4 <--- PEU	.997	.097	10.332	***	
PEU3 <--- PEU	1.101	.095	11.612	***	
PEU2 <--- PEU	.768	.080	9.601	***	
PEU1 <--- PEU	1.001	.100	10.008	***	
BI1 <--- BI	1.000				
BI2 <--- BI	1.248	.102	12.184	***	
BI3 <--- BI	.864	.142	6.081	***	
EX2 <--- EX	1.000				
EX1 <--- EX	1.069	.119	8.946	***	
PC2 <--- PC	1.000				
PC1 <--- PC	.799	.159	5.036	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PU1 <--- PU	.731
PU2 <--- PU	.820
PU3 <--- PU	.654
PEU5 <--- PEU	.843
PEU4 <--- PEU	.795
PEU3 <--- PEU	.857
PEU2 <--- PEU	.757
PEU1 <--- PEU	.779
BI1 <--- BI	.840
BI2 <--- BI	.942
BI3 <--- BI	.533
EX2 <--- EX	.837

	Estimate
EX1 <--- EX	.825
PC2 <--- PC	1.102
PC1 <--- PC	.774

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
EX <--> PC	-.080	.064	-1.249	.212	
PU <--> PC	-.123	.043	-2.839	.005	
PU <--> PEU	.155	.032	4.834	***	
PEU <--> BI	.238	.043	5.494	***	
BI <--> EX	.212	.043	4.922	***	
BI <--> PC	.007	.052	.128	.898	
PU <--> BI	.144	.029	4.896	***	
PEU <--> PC	-.053	.059	-.904	.366	
PEU <--> EX	.283	.051	5.521	***	
PU <--> EX	.154	.033	4.626	***	

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
EX <--> PC	-.112
PU <--> PC	-.278
PU <--> PEU	.688
PEU <--> BI	.753
BI <--> EX	.657
BI <--> PC	.011
PU <--> BI	.718
PEU <--> PC	-.076
PEU <--> EX	.780
PU <--> EX	.673

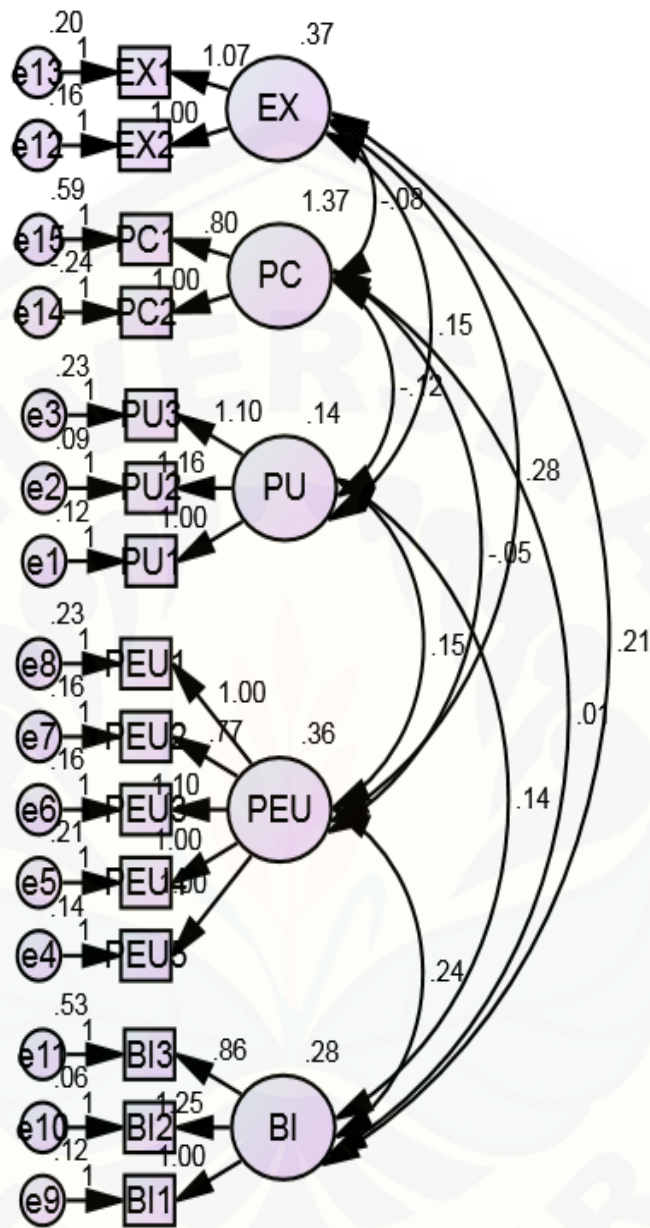
Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PU	.142	.033	4.308	***	
PEU	.356	.064	5.577	***	
BI	.282	.052	5.461	***	
EX	.369	.072	5.140	***	
PC	1.372	.292	4.705	***	
e1	.124	.020	6.095	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e2	.093	.020	4.753	***	
e3	.230	.034	6.675	***	
e4	.144	.024	6.064	***	
e5	.206	.031	6.568	***	
e6	.155	.027	5.855	***	
e7	.156	.023	6.824	***	
e8	.232	.035	6.691	***	
e9	.118	.021	5.595	***	
e10	.055	.023	2.387	.017	
e11	.531	.071	7.451	***	
e12	.158	.036	4.345	***	
e13	.198	.043	4.612	***	
e14	-.242	.256	-.946	.344	
e15	.587	.179	3.276	.001	

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PC1	.599
PC2	1.214
EX1	.681
EX2	.700
BI3	.284
BI2	.888
BI1	.705
PEU1	.606
PEU2	.573
PEU3	.735
PEU4	.633
PEU5	.711
PU3	.428
PU2	.673
PU1	.534



Lampiran 5. Hasil Analisis SEM

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	23	0	0	0	0	23
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	17	0	21	0	0	38
Total	40	0	21	0	0	61

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
GEN	.000	1.000	-.408	-1.826	-1.833	-2.099
PC1	1.000	5.000	-1.286	-1.751	.658	1.471
PC2	1.000	5.000	-1.152	-2.153	.575	1.286
EX1	2.000	5.000	-.585	-1.617	.176	.394
EX2	2.000	5.000	-.889	-1.978	1.251	1.796
BI3	1.000	5.000	-1.363	-1.095	2.922	1.533
BI2	1.000	5.000	-1.082	-1.837	3.040	1.797
BI1	1.000	5.000	-1.235	-1.524	5.233	1.701
PEU1	1.000	5.000	-1.244	-1.562	2.650	1.925
PEU2	2.000	5.000	-.669	-1.991	1.888	2.222
PEU3	2.000	5.000	-.908	-2.060	1.059	2.368
PEU4	2.000	5.000	-.924	-2.134	1.205	1.694
PEU5	2.000	5.000	-.942	-.214	1.642	.671
PU3	2.000	5.000	-.595	-.659	.327	.731
PU2	3.000	5.000	.106	.475	-.720	-1.609
PU1	3.000	5.000	-.248	-1.111	-1.506	-.368
Multivariate					47.500	1.969

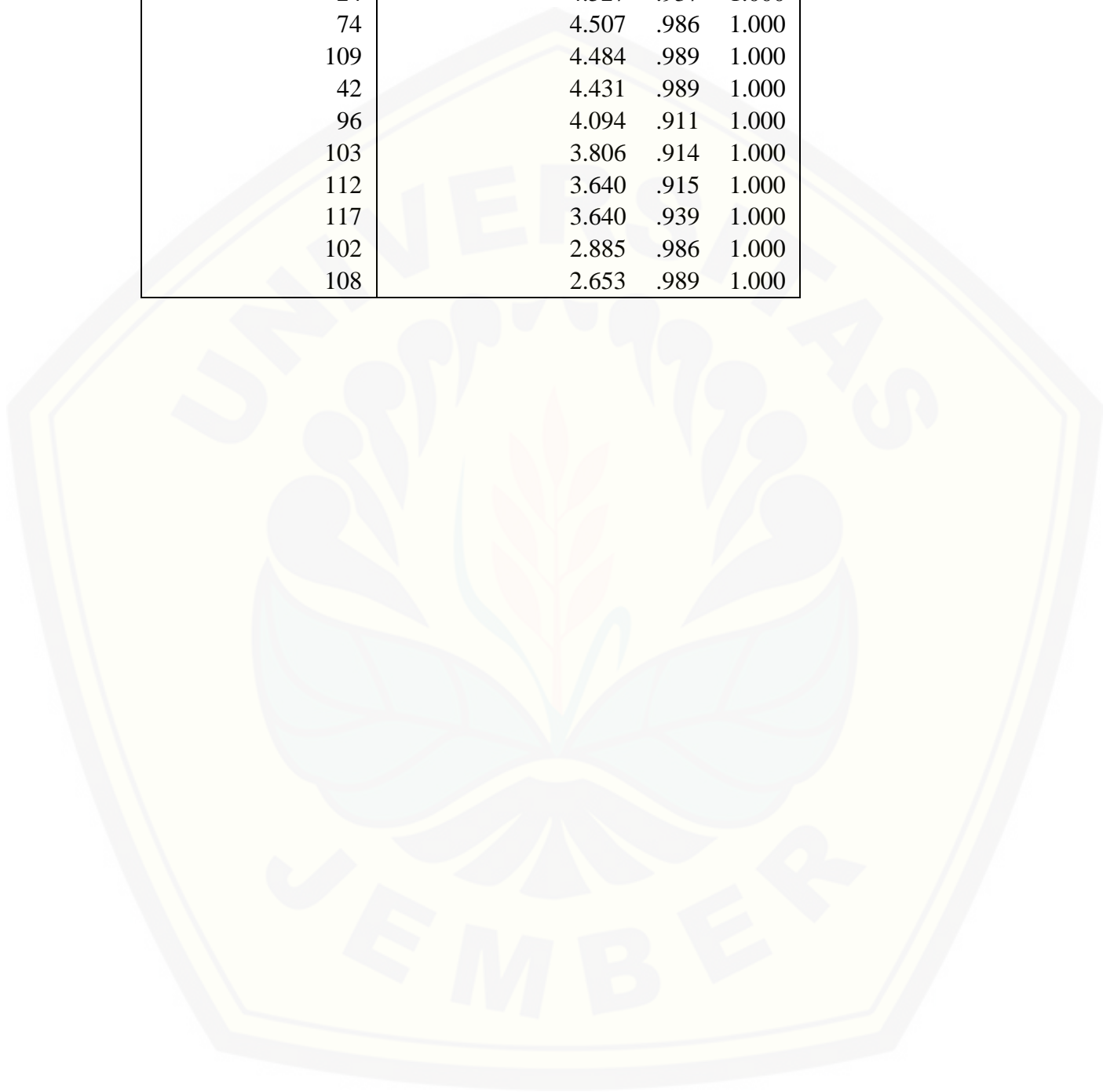
Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
68	30.180	.017	.000
47	27.917	.032	.000
17	27.636	.035	.000
94	27.636	.035	.000
52	26.653	.046	.000
20	25.979	.054	.000
54	25.850	.056	.000
120	25.816	.057	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
77	25.781	.057	.000
43	25.476	.062	.000
10	24.344	.082	.000
72	22.911	.116	.001
93	22.713	.122	.001
50	22.291	.134	.002
53	22.288	.134	.001
23	21.894	.147	.002
13	21.739	.152	.002
22	21.458	.162	.002
49	21.007	.178	.006
90	20.631	.193	.011
18	20.167	.213	.026
95	19.801	.229	.045
9	19.175	.260	.134
35	18.884	.275	.177
62	18.832	.277	.145
25	18.530	.294	.196
40	18.067	.320	.337
31	17.887	.331	.357
71	17.746	.339	.359
7	17.205	.372	.586
32	17.065	.381	.592
21	16.751	.402	.693
26	16.623	.410	.694
92	16.458	.421	.714
14	16.239	.436	.761
87	15.088	.518	.990
97	15.030	.522	.987
36	14.964	.527	.984
45	14.894	.532	.981
1	14.708	.546	.986
19	14.509	.561	.991
80	14.497	.562	.985
82	14.256	.580	.992
63	14.223	.582	.988
75	14.063	.594	.991
29	14.015	.598	.988
100	14.015	.598	.981
65	13.984	.600	.974

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
89	13.887	.607	.973
51	13.865	.609	.962
79	13.692	.622	.970
8	13.677	.623	.958
64	13.567	.631	.958
78	13.480	.637	.955
116	13.329	.649	.961
56	13.113	.664	.975
88	13.056	.669	.969
55	12.578	.703	.994
34	12.352	.719	.997
104	11.968	.746	.999
113	11.968	.746	.999
83	11.904	.751	.998
86	11.860	.754	.998
70	11.860	.754	.996
69	11.842	.755	.993
91	11.842	.755	.989
114	11.499	.778	.997
115	10.041	.864	1.000
101	9.786	.878	1.000
57	9.643	.885	1.000
12	9.617	.886	1.000
27	9.545	.889	1.000
28	9.545	.889	1.000
2	9.069	.911	1.000
37	8.988	.914	1.000
105	8.958	.915	1.000
11	8.326	.939	1.000
73	8.326	.939	1.000
30	8.309	.939	1.000
76	8.272	.940	1.000
107	6.504	.982	1.000
48	5.896	.989	1.000
106	5.896	.989	1.000
98	5.896	.989	1.000
61	5.339	.994	1.000
5	5.339	.994	1.000
60	5.158	.937	1.000
33	5.059	.949	1.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
6	4.907	.964	1.000
99	4.716	.969	1.000
24	4.527	.937	1.000
74	4.507	.986	1.000
109	4.484	.989	1.000
42	4.431	.989	1.000
96	4.094	.911	1.000
103	3.806	.914	1.000
112	3.640	.915	1.000
117	3.640	.939	1.000
102	2.885	.986	1.000
108	2.653	.989	1.000



Sample Covariances (Group number 1)

	GEN	PC1	PC2	EX1	EX2	BI3	BI2	BI1	PEU1	PEU2	PEU3	PEU4	PEU5	PU3	PU2	PU1
GEN	.240															
PC1	-.002	1.462														
PC2	-.032	1.096	1.130													
EX1	-.047	-.047	-.073	.619												
EX2	-.015	-.073	-.087	.395	.527											
BI3	-.060	-.002	.017	.290	.245	.741										
BI2	.002	.002	.021	.295	.261	.295	.494									
BI1	-.003	-.042	-.050	.210	.180	.214	.355	.400								
PEU1	-.027	-.099	-.148	.302	.262	.187	.270	.199	.588							
PEU2	-.023	-.059	-.038	.215	.169	.225	.186	.129	.294	.366						
PEU3	-.028	.030	-.035	.364	.314	.277	.339	.265	.406	.301	.586					
PEU4	-.025	.000	.039	.293	.298	.236	.315	.286	.332	.277	.399	.559				
PEU5	-.053	-.123	-.093	.304	.301	.379	.301	.262	.361	.294	.363	.347	.500			
PU3	.013	-.170	-.158	.166	.185	.208	.193	.130	.246	.172	.276	.184	.224	.403		
PU2	-.015	-.096	-.127	.182	.177	.175	.219	.190	.155	.089	.185	.152	.183	.172	.283	
PU1	.023	-.116	-.141	.147	.181	.121	.147	.150	.152	.092	.161	.144	.177	.157	.170	.266

Determinant of sample covariance matrix = 68.591

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PEU <--- GEN	-.134	.117	-1.149	.251	par_17
PU <--- EX	.175	.080	2.187	.029	par_11
PU <--- GEN	.063	.063	.992	.321	par_14
PU <--- PEU	.313	.079	3.973	***	par_15
PU <--- PC	-.071	.034	-2.095	.036	par_16
BI <--- PU	.512	.174	2.939	.003	par_12
BI <--- PEU	.458	.104	4.404	***	par_13
PU1 <--- PU	1.000				
PU2 <--- PU	1.108	.142	7.809	***	par_1
PU3 <--- PU	1.093	.167	6.552	***	par_2
PEU5 <--- PEU	1.000				
PEU4 <--- PEU	1.000	.099	10.117	***	par_3
PEU3 <--- PEU	1.093	.100	10.940	***	par_4
PEU2 <--- PEU	.784	.080	9.803	***	par_5
PEU1 <--- PEU	1.003	.102	9.857	***	par_6
BI1 <--- BI	1.000				
BI2 <--- BI	1.213	.098	12.418	***	par_7
BI3 <--- BI	.849	.142	5.996	***	par_8
EX2 <--- EX	1.000				
EX1 <--- EX	.820	.226	3.628	***	par_9
PC2 <--- PC	1.000				
PC1 <--- PC	.870	.222	3.920	***	par_10

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PEU <--- GEN	-.110
PU <--- EX	.354
PU <--- GEN	.089
PU <--- PEU	.541
PU <--- PC	-.231
BI <--- PU	.345
BI <--- PEU	.533
PU1 <--- PU	.709

	Estimate
PU2 <--- PU	.770
PU3 <--- PU	.622
PEU5 <--- PEU	.842
PEU4 <--- PEU	.796
PEU3 <--- PEU	.850
PEU2 <--- PEU	.771
PEU1 <--- PEU	.778
BI1 <--- BI	.839
BI2 <--- BI	.922
BI3 <--- BI	.511
EX2 <--- EX	.955
EX1 <--- EX	.723
PC2 <--- PC	1.056
PC1 <--- PC	.808

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
EX	.481	.143	3.366	***	par_18
PC	1.260	.344	3.668	***	par_19
GEN	.240	.031	7.714	***	par_20
e17	.350	.063	5.518	***	par_21
e16	.063	.018	3.496	***	par_22
e18	.105	.023	4.478	***	par_23
e1	.117	.020	5.758	***	par_24
e2	.100	.022	4.552	***	par_25
e3	.225	.036	6.323	***	par_26
e4	.146	.025	5.748	***	par_27
e5	.205	.032	6.402	***	par_28
e6	.163	.029	5.653	***	par_29
e7	.149	.023	6.578	***	par_30
e8	.232	.035	6.553	***	par_31
e9	.110	.020	5.420	***	par_32
e10	.067	.024	2.823	.005	par_33
e11	.532	.072	7.396	***	par_34
e12	.047	.126	.370	.711	par_35
e13	.296	.093	3.185	.001	par_36
e14	-.130	.312	-.418	.676	par_37
e15	.509	.245	2.080	.038	par_38

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PEU	.012
PU	.469
BI	.598
PC1	.652
PC2	1.115
EX1	.523
EX2	.912
BI3	.261
BI2	.851
BI1	.704
PEU1	.606
PEU2	.594
PEU3	.722
PEU4	.634
PEU5	.709
PU3	.386
PU2	.592
PU1	.502

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	GEN	PC	EX	PEU	PU	BI
PEU	-.134	.000	.000	.000	.000	.000
PU	.021	-.071	.175	.313	.000	.000
BI	-.051	-.036	.090	.618	.512	.000
PC1	.000	.870	.000	.000	.000	.000
PC2	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
EX1	.000	.000	.820	.000	.000	.000
EX2	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
BI3	-.043	-.031	.076	.525	.435	.849
BI2	-.061	-.044	.109	.749	.621	1.213
BI1	-.051	-.036	.090	.618	.512	1.000
PEU1	-.134	.000	.000	1.003	.000	.000
PEU2	-.105	.000	.000	.784	.000	.000
PEU3	-.146	.000	.000	1.093	.000	.000
PEU4	-.134	.000	.000	1.000	.000	.000
PEU5	-.134	.000	.000	1.000	.000	.000
PU3	.023	-.077	.192	.342	1.093	.000
PU2	.023	-.078	.194	.347	1.108	.000

	GEN	PC	EX	PEU	PU	BI
PU1	.021	-.071	.175	.313	1.000	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	GEN	PC	EX	PEU	PU	BI
PEU	-.110	.000	.000	.000	.000	.000
PU	.030	-.231	.354	.541	.000	.000
BI	-.049	-.080	.122	.720	.345	.000
PC1	.000	.808	.000	.000	.000	.000
PC2	.000	1.056	.000	.000	.000	.000
EX1	.000	.000	.723	.000	.000	.000
EX2	.000	.000	.955	.000	.000	.000
BI3	-.025	-.041	.062	.368	.176	.511
BI2	-.045	-.073	.112	.664	.318	.922
BI1	-.041	-.067	.102	.604	.289	.839
PEU1	-.086	.000	.000	.778	.000	.000
PEU2	-.085	.000	.000	.771	.000	.000
PEU3	-.094	.000	.000	.850	.000	.000
PEU4	-.088	.000	.000	.796	.000	.000
PEU5	-.093	.000	.000	.842	.000	.000
PU3	.018	-.144	.220	.336	.622	.000
PU2	.023	-.178	.272	.417	.770	.000
PU1	.021	-.164	.251	.384	.709	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	GEN	PC	EX	PEU	PU	BI
PEU	-.134	.000	.000	.000	.000	.000
PU	.063	-.071	.175	.313	.000	.000
BI	.000	.000	.000	.458	.512	.000
PC1	.000	.870	.000	.000	.000	.000
PC2	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
EX1	.000	.000	.820	.000	.000	.000
EX2	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
BI3	.000	.000	.000	.000	.000	.849
BI2	.000	.000	.000	.000	.000	1.213
BI1	.000	.000	.000	.000	.000	1.000
PEU1	.000	.000	.000	1.003	.000	.000
PEU2	.000	.000	.000	.784	.000	.000
PEU3	.000	.000	.000	1.093	.000	.000
PEU4	.000	.000	.000	1.000	.000	.000

	GEN	PC	EX	PEU	PU	BI
PEU5	.000	.000	.000	1.000	.000	.000
PU3	.000	.000	.000	.000	1.093	.000
PU2	.000	.000	.000	.000	1.108	.000
PU1	.000	.000	.000	.000	1.000	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	GEN	PC	EX	PEU	PU	BI
PEU	-.110	.000	.000	.000	.000	.000
PU	.089	-.231	.354	.541	.000	.000
BI	.000	.000	.000	.533	.345	.000
PC1	.000	.808	.000	.000	.000	.000
PC2	.000	1.056	.000	.000	.000	.000
EX1	.000	.000	.723	.000	.000	.000
EX2	.000	.000	.955	.000	.000	.000
BI3	.000	.000	.000	.000	.000	.511
BI2	.000	.000	.000	.000	.000	.922
BI1	.000	.000	.000	.000	.000	.839
PEU1	.000	.000	.000	.778	.000	.000
PEU2	.000	.000	.000	.771	.000	.000
PEU3	.000	.000	.000	.850	.000	.000
PEU4	.000	.000	.000	.796	.000	.000
PEU5	.000	.000	.000	.842	.000	.000
PU3	.000	.000	.000	.000	.622	.000
PU2	.000	.000	.000	.000	.770	.000
PU1	.000	.000	.000	.000	.709	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	GEN	PC	EX	PEU	PU	BI
PEU	.000	.000	.000	.000	.000	.000
PU	-.042	.000	.000	.000	.000	.000
BI	-.051	-.036	.090	.160	.000	.000
PC1	.000	.000	.000	.000	.000	.000
PC2	.000	.000	.000	.000	.000	.000
EX1	.000	.000	.000	.000	.000	.000
EX2	.000	.000	.000	.000	.000	.000
BI3	-.043	-.031	.076	.525	.435	.000
BI2	-.061	-.044	.109	.749	.621	.000
BI1	-.051	-.036	.090	.618	.512	.000
PEU1	-.134	.000	.000	.000	.000	.000

	GEN	PC	EX	PEU	PU	BI
PEU2	-.105	.000	.000	.000	.000	.000
PEU3	-.146	.000	.000	.000	.000	.000
PEU4	-.134	.000	.000	.000	.000	.000
PEU5	-.134	.000	.000	.000	.000	.000
PU3	.023	-.077	.192	.342	.000	.000
PU2	.023	-.078	.194	.347	.000	.000
PU1	.021	-.071	.175	.313	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	GEN	PC	EX	PEU	PU	BI
PEU	.000	.000	.000	.000	.000	.000
PU	-.060	.000	.000	.000	.000	.000
BI	-.049	-.080	.122	.187	.000	.000
PC1	.000	.000	.000	.000	.000	.000
PC2	.000	.000	.000	.000	.000	.000
EX1	.000	.000	.000	.000	.000	.000
EX2	.000	.000	.000	.000	.000	.000
BI3	-.025	-.041	.062	.368	.176	.000
BI2	-.045	-.073	.112	.664	.318	.000
BI1	-.041	-.067	.102	.604	.289	.000
PEU1	-.086	.000	.000	.000	.000	.000
PEU2	-.085	.000	.000	.000	.000	.000
PEU3	-.094	.000	.000	.000	.000	.000
PEU4	-.088	.000	.000	.000	.000	.000
PEU5	-.093	.000	.000	.000	.000	.000
PU3	.018	-.144	.220	.336	.000	.000
PU2	.023	-.178	.272	.417	.000	.000
PU1	.021	-.164	.251	.384	.000	.000

Minimization History (Default model)

Iteration	Negative eigenvalues	Condition #	Smallest eigenvalue	Diameter	F	NTries	Ratio
0	e	10	-.748	9999.000	1304.253	0	9999.000
1	e*	7	-.228	3.154	769.999	20	.330
2	e*	4	-.298	1.661	499.631	4	.643
3	e*	2	-.416	.436	374.246	5	.882
4	e	2	-.136	.586	306.915	8	.864
5	e	0	1484.393	.494	282.680	5	.952

Iteration	Negative eigenvalues	Condition #	Smallest eigenvalue	Diameter	F	NTries	Ratio
6	e	0	263.247	.364	280.067	1	.922
7	e	0	356.757	.155	279.577	1	1.122
8	e	0	363.550	.063	279.541	1	1.094
9	e	0	364.772	.011	279.540	1	1.023
10	e	0	373.216	.000	279.540	1	1.001

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	52	101.858	84	.090	1.213
Saturated model	136	.000	0		
Independence model	16	1280.055	120	.000	10.667

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.034	.907	.849	.560
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.214	.275	.178	.242

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.920	.886	.985	.978	.985
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.700	.644	.689
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	17.858	.000	47.472
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1160.055	1048.819	1278.715

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.856	.150	.000	.399
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	10.757	9.748	8.814	10.746

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.042	.000	.069	.654
Independence model	.285	.271	.299	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	205.858	223.192	350.808	402.808
Saturated model	272.000	317.333	651.099	787.099
Independence model	1312.055	1317.388	1356.655	1372.655

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	1.730	1.580	1.979	1.876
Saturated model	2.286	2.286	2.286	2.667
Independence model	11.026	10.091	12.023	11.070

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	125	137
Independence model	14	15

