

**ANALISIS PENERIMAAN *MOBILE BANKING (M-BANKING)*
DENGAN PENGALAMAN (*EXPERIENCE*) SEBAGAI VARIABEL
EKSTERNAL DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY*
ACCEPTANCE MODEL (TAM)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Disusun Oleh:

Loggar Bhilawa

F0306102

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam perkembangan globalisasi saat ini ditandai dengan berbagai macam perubahan dalam segala aspek kehidupan manusia. Sebagai contoh yaitu perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi dari tahun ke tahun yang mengalami perkembangan pesat. Perubahan-perubahan yang terjadi terutama dikarenakan kemampuan dan potensi teknologi komunikasi tersebut, yang memungkinkan manusia untuk saling berhubungan dan memenuhi kebutuhan komunikasi tanpa batas (Wiji dalam Widyastuti, 2008).

Perubahan teknologi informasi yang berkembang sangat cepat ini direspons oleh perusahaan-perusahaan maupun dunia perbankan dengan memberikan pelayanan kemudahan akses informasi dengan kliennya maupun menghubungkan bank dengan nasabahnya dengan cara mengaplikasikan teknolog informasi yang canggih, seperti internet.

Salah satu pihak yang sangat mengikuti perkembangan teknologi informasi adalah perusahaan perbankan. Seperti kita ketahui, metode konvensional perbankan yang sudah diterapkan sampai saat ini, nasabah datang ke bank untuk melakukan transaksi-transaksi. Dengan metode ini dirasakan kurang efisien karena waktu yang

tersita cukup banyak antara lain untuk mengisi formulir, mengantri, kemudian pada saat di *Teller* membutuhkan waktu untuk memastikan nomor rekening benar atau tidak. Selain itu untuk meningkatkan kemampuannya dalam menghimpun dana dari masyarakat, perbankan berusaha menarik nasabah. Hal ini dilakukan perbankan salah satunya dengan cara meningkatkan pelayanan secara *online*. Layanan tersebut ditawarkan kepada nasabah karena informasi dewasa ini menjadi sangat penting bagi nasabah dan juga bank itu sendiri, sehingga teknologi informasi yang digunakan perbankan bertujuan untuk mempermudah baik nasabah, ataupun pihak bank dalam melakukan pekerjaannya (Oktaviana dalam Widyastuti, 2007). Layanan perbankan yang dikenal dengan istilah *e-banking* memungkinkan nasabah untuk mendapatkan informasi dan menyelesaikan berbagai urusan perbankan secara cepat, mudah dan tanpa batas tempat dan waktu.

Berbagai penawaran produk jasa yang dikeluarkan bank sebagai turunan dari jasa *e-banking* dalam kemudahan akses oleh bank dengan nasabah, salah satunya menggunakan *mobile banking*. *Mobile banking* adalah salah satu bagian dari *e-banking* yang merupakan layanan informasi perbankan via *wireless* paling baru yang ditawarkan bank dengan menggunakan teknologi *mobile phone* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Dengan *mobile banking*, nasabah tidak perlu lagi ke ATM (Anjungan Tunai Mandiri) apalagi ke kantor bank apabila hendak melakukan transaksi perbankan antara lain mentransfer uang, cek saldo, ataupun pembayaran tagihan-tagihan.

Mobile sendiri dapat diartikan sebagai suatu kegiatan berpindah-pindah tanpa dibatasi atau dihalangi oleh apapun. Oleh karena itu, *m-banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses tanpa batasan. Batasan yang dimaksud adalah ruang, waktu ataupun jarak yang selama ini menjadi kendala bagi sebagian besar nasabah ketika akan bertransaksi. Selain itu keunggulan dari *m-banking* adalah keamanan *user-id* yang tidak setiap orang bisa mengetahuinya kecuali pemiliknya. Berdasarkan keunggulan yang dimiliki oleh *m-banking* tersebut, pihak perbankan yakin dapat menarik minat nasabah dengan memberi layanan yang sejenis. Beberapa bank yang telah mengaplikasikan teknologi *m-banking* antara lain, Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BNI, Bank Panin, Bank Permata, Bank Niaga.

Penelitian mengenai teknologi informasi pernah dilakukan oleh Radityo dan Zulaikha dalam Darmawan (2010) yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi informasi (TI) telah memberikan sarana bagi manajemen dalam mengelola bisnis dan pembuatan keputusannya. Sistem informasi yang didukung TI dapat memberikan nilai tambah bagi organisasi jika didesain menjadi sistem informasi yang efektif, yang menandakan bahwa sistem tersebut sukses.

Beberapa penelitian terdahulu yang meneliti mengenai determinan pengadopsian internet banking diantaranya dilakukan oleh Chau dan Lai (2003) di Hongkong, Sarel dan Marmorstein (2003) di Miami, Jayawardhena (2004) di Amerika, Kumra dan Mittal (2004) di India, Sukkar dan Hasan (2005) di Australia, dan Alsajjan dan Dennis (2006) di Amerika. Penelitian-penelitian tersebut secara umum menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Dengan kata lain hasil penelitian

sebelumnya belum menemukan kesepakatan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan para nasabah memanfaatkan jasa *mobile banking*. Penyebab utama berbedanya faktor-faktor yang digunakan dalam mengadopsi teknologi dalam penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada perbedaan model yang digunakan.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk meneliti perilaku pengguna komputer terhadap penerimaannya terhadap teknologi tersebut. Penelitian tentang perilaku penerimaan teknologi banyak mengacu pada pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan Davis et al (1989) berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (TRA). Model ini menggunakan lima konstruk utama, yaitu kegunaan persepsian (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*), sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude toward using technology*), minat perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku (*intention*) (Jogiyanto, 2007).

Penelitian terkait dengan perilaku terhadap penerimaan teknologi dengan pendekatan TAM sejak dikenalkannya TAM pada tahun 1986 oleh Davis antara lain oleh Szajna (1994) menemukan bahwa konstruk kegunaan persepsian (*perceived usefulness* atau PU) dan konstruk kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use* atau PEOU) signifikan untuk menjelaskan sikap terhadap penggunaan sistem, minat menggunakan sistem, pemakaian sistem dilaporkan, dan pemakaian sistem diprediksi. Penelitian mengenai variabel eksternal yaitu pengalaman (*experience*) terhadap teknologi informasi telah dilakukan oleh Taylor dan Todd

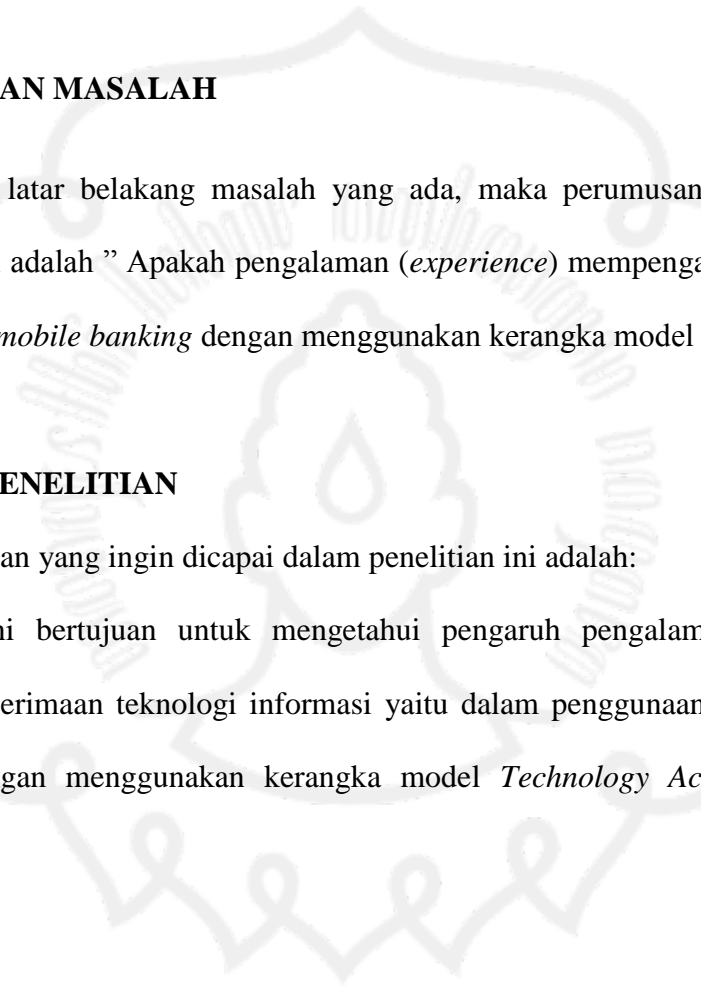
(1995) menemukan perbedaan yang signifikan antara pemakai sistem yang berpengalaman dan mereka yang belum berpengalaman dalam menentukan untuk menggunakan sistem. Szajna (1996) menemukan sewaktu individual menjadi lebih berpengalaman dengan teknologi informasi, konstruk kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) mempengaruhi tidak hanya ke minat (*behavioral intentions*) tetapi juga langsung ke perilaku (*behaviour*) menggunakannya.

Selain menggunakan lima konstruk di atas, penerimaan teknologi juga dipengaruhi oleh faktor pengalaman (*experience*) yang juga memiliki peran penting dalam upaya penerimaan teknologi tersebut. Terkait dengan topik penelitian ini, beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa pengalaman (*experience*) merupakan penentu dari perilaku (*behavior*). Penelitian Taylor dan Todd (1995) menemukan perbedaan signifikan antara pemakai sistem yang berpengalaman dan mereka yang belum berpengalaman dalam menentukan untuk menggunakan sistem. Hasil dari penelitian Igbaria et al. (1995) menunjukkan bahwa pengalaman menggunakan komputer akan mempengaruhi secara langsung ke penerimaan sistem.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *mobile banking* dengan

judul “ANALISIS PENERIMAAN *MOBILE BANKING (M-BANKING)* DENGAN PENGALAMAN (*EXPERIENCE*) SEBAGAI VARIABEL EKSTERNAL DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah ” Apakah pengalaman (*experience*) mempengaruhi penerimaan penggunaan *mobile banking* dengan menggunakan kerangka model TAM?”.

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman (*experience*) terhadap penerimaan teknologi informasi yaitu dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* dengan menggunakan kerangka model *Technology Acceptance Model* (TAM).

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak:

1. Bagi pihak Akademisi

Dapat memberikan kontribusi dalam menambah literatur mengenai penerimaan teknologi informasi.

2. Bagi Bank

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

3. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi nasabah bank dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*. Kemudian bagi nasabah 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 nasabah bank.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian ini memiliki sistematika pembahasan terdiri dari lima bab.

Masing-masing secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini menjelaskan landasan teori dan konsep teoritis yang terkait dengan topik penelitian dan dipergunakan sebagai dasar pemikiran dalam pengembangan berbagai hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang dipergunakan dalam penelitian, meliputi: metode pemilihan sampel, pengumpulan data, pengukuran variabel, serta alat analisis yang dipergunakan dalam pengujian hipotesis penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan mengenai hasil analisis pengujian hipotesis dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan dalam penelitian, implikasi keterbatasan, serta saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. Konsep Teknologi

Teknologi secara harfiah dapat diartikan sebagai keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Didasari pengertian tersebut dapat kita pahami bahwa teknologi diciptakan untuk membantu pekerjaan ataupun aktivitas manusia menjadi lebih mudah. Perkembangan kemajuan teknologi dewasa ini berlangsung sedemikian pesatnya sehingga para ahli menyebut gejala ini sebagai suatu revolusi. Perubahan-perubahan ini terjadi, terutama disebabkan berbagai kemampuan dan potensi teknologi yang memungkinkan manusia untuk saling berhubungan tanpa batasan waktu, jarak, kecepatan, dan kapasitas yang dapat diatasi seiring berkembangnya sarana informasi yang mutakhir.

Teknologi dapat juga diartikan sebagai sistem komputer (*hardware*, *software*, dan *data*) dan jasa yang mendukung pemakai (*training*, *help lines*, dan lain-lain) yang disediakan untuk membantu pemakai dalam tugas-tugasnya (Goodhue dan Thompson, 1995). Teknologi dapat pula didefinisikan sebagai kerangka teknis, konsep dan sesuatu yang berwujud yang dikembangkan untuk memecahkan masalah teknis dan kemampuan untuk memanfaatkan konsep hal

yang berwujud dalam cara yang efektif dan disisi lain teknologi merupakan pengembangan *hardware* maupun *software* dalam pemecahan masalah operasional yang efektif dalam sebuah organisasi (Errko dan Leinmanen, 1995; Ellitan 2002).

Adopsi teknologi sebagai hasil dari penerimaan teknologi oleh pemakai akhir (*end user*) didasarkan pada persepsi kemanfaatan serta kemudahan dalam penggunaan teknologi tersebut menghasilkan perilaku dan perhatian untuk menggunakan teknologi baru (Bahmanziari, Person, dan Crosby, 2003). Persepsi kemanfaatan dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sebuah bagian sistem dapat meningkatkan performa kerjanya, sedangkan persepsi kemudahan merupakan tingkat dimana seorang individu yang menggunakan sebuah bagian sistem akan lebih meringankan beban fisik maupun mental penggunaanya (Moore dan Benbasat dalam Niagara, 2008).

Keputusan untuk mengadopsi teknologi dapat pula dihubungkan dengan bagaimana pengembangan inovasi dalam teknologi informasi oleh suatu bank. Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang meliputi segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi. Penggunaan informasi di dalam sistem baik bertujuan lebih kepada menarik nasabah serta mempertahankan nasabah agar terus menggunakan layanan atau jasa yang diberikan pihak bank. Teknologi informasi juga memberikan keuntungan lain bagi bank karena dalam proses perbankan sendiri segala sesuatunya menjadi lebih praktis, termanajemen, efektif dan efisien.

2. Konsep Mobile Banking

Mobile banking adalah sebuah layanan perbankan yang dapat diakses oleh nasabah melalui telepon selular (*handphone*) dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di SIM Card. *Mobile banking* digunakan sebagai *performing balance checks*, transaksi keuangan, pembayaran dan sebagainya. Dengan menggunakan teknologi *mobile banking*, membuat layanan perbankan menjadi lebih praktis, aman dan nyaman.

Secara konseptual, *mobile banking* terdiri dari tiga inter-relasi, yakni *mobile accounting*, *mobile brokerage*, dan *mobile jasa informasi keuangan*. Jenis-jenis pelayanan termasuk dalam kategori *accounting* dan *brokerage* yang merupakan transaksi dasar. Jasa non-transaksi dasar yang merupakan hal yang esensial bagi sebuah instansi adalah *mobile jasa informasi keuangan* yang memuat jenis-jenis informasi keuangan pihak instansi tersebut (Buse, Tiwari dan Cornelius dalam Niagara, 2008).

Menurut Rahardjo (2002) menjelaskan bahwa ada beberapa persyaratan dari *mobile banking*, antara lain:

1. Aplikasi mudah digunakan;
2. Layanan dapat dijangkau dari mana saja;
3. Murah;
4. Aman; dan
5. Dapat diandalkan (*reliable*).

Transaksi *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Keuntungan yang diperoleh nasabah selain menghemat waktu, nasabah juga dapat mengontrol rekening mereka dan melakukan transaksi perbankan hanya dengan menggunakan ponsel nasabah saja. Jasa *mobile banking* memiliki produk seperti *sms-banking*, *mobile phone*, dan lain sebagainya.

Kelebihan *mobile banking*:

1. bagi nasabah

- a. *Mobile banking* menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik.
- b. Layanan *mobile banking* selain dapat menghemat biaya juga dapat menghemat waktu
- c. Nasabah mengakses bank dan jasa-jasanya kapanpun dan dimanapun.
- d. Nasabah dapat mengetahui telah terjadi penarikan uang tanpa otorisasinya dan dapat memblokir kartu ATM.

2. bagi Bank

- a. Layanan *mobile banking* juga bisa menjadi strategi kompetitif pihak bank untuk memberikan value added service kepada nasabahnya.
- b. Biaya pengurusan nasabah pun dapat berkurang.

Kekurangan *mobile banking*:

Kekurangan *mobile banking* biasanya terletak pada kecepatan data saat akan melakukan transaksi yang terbilang cukup lambat (*mobile banking* yang berbasis sms)

Mobile banking telah membawa perubahan atau bisa dikatakan sebagai revolusi terhadap cara bergaul, memperoleh hiburan atau bahkan cara berbisnis. Pada intinya, *mobile banking* akan meningkatkan daya tawar kepada nasabah sehingga ketersediaan layanan ini dapat memberikan nilai lebih bagi nasabah bank.

3. Technology Acceptance Model (TAM)

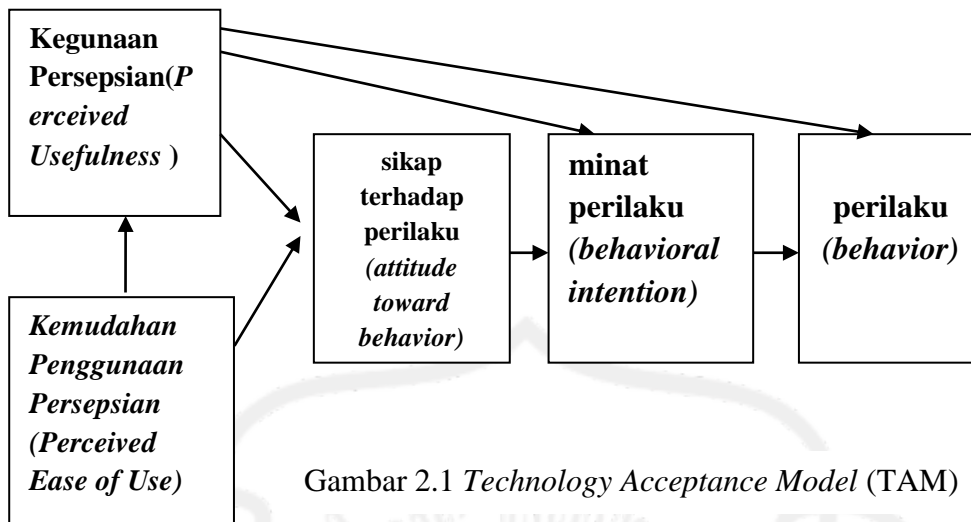
Beberapa model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer, di antaranya yang tercatat dalam berbagai literatur dan referensi hasil riset di bidang teknologi informasi adalah seperti *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, dan *Technology Acceptance Model (TAM)*.

TAM, yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1986, adalah adaptasi dari TRA yang dibuat khusus untuk pemodelan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi. Menurut Davis (1989), tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM menganggap bahwa 2 keyakinan individual, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*, disingkat

PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*, disingkat PEOU), adalah pengaruh utama untuk perilaku penerimaan komputer.

Theory of Reasoned Action (TRA) merupakan teori tindakan beralasan yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Teori ini merupakan teori perilaku yang paling mendasar dan berpengaruh. TRA menjelaskan bahwa perilaku dilakukan karena individu mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya. Minat perilaku akan menentukan perilakunya. *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori perilaku perencanaan yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). TPB ini mengembangkan TRA dengan menambahkan sebuah konstruk yaitu perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) yang dipersepsikan akan mempengaruhi minat dan perilaku.

Model TAM dikembangkan oleh Davis (1989) berdasarkan model TRA dan sudah diacu oleh beberapa penelitian dengan melakukan modifikasi (Jogiyanto,2007). TAM dikembangkan dengan mengkhususkan pada bidang sistem informasi untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan sistem informasi di pekerjaan individual pemakai. Berbeda dengan TRA, TAM mengeluarkan konstruk sikap untuk membuat model lebih sederhana dan untuk menjelaskan minat (*intention*) dengan lebih baik. Selanjutnya berkembang TAM dengan modifikasian dengan menambahkan norma subjektif untuk memprediksi minat. Model TAM yang awal adalah sebagai berikut.



Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) yang pertama yang belum dimodifikasi menggunakan lima konstruk utama. Kelima konstruk ini adalah sebagai berikut:

1. Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*)
2. Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)
3. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behaviour*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)
4. Minat perilaku (*behavioral intention*) atau minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)
5. Perilaku (*behavioral*) atau penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)

3.1 *Perceived Usefulness* (Kegunaan Persepsian)

Konstruk kegunaan persepsian didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa kegunaan persepsian merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. (Jogiyanto, 2007). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan teknologi.

3.2 *Perceived Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan Persepsian)

Kemudahan penggunaan persepsian didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Davis et al, 1989). Maksudnya adalah bahwa jika seseorang merasa percaya bahwa system informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya. Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan persepsian, sikap, minat dan penggunaan sesungguhnya.

3.3 *Attitude towards Using* (Sikap terhadap penggunaan)

Sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sementara Mathieson (1991) mendefinisikan sebagai evaluasi pemakai

tentang ketertarikannya menggunakan sistem. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk sikap ini ada yang berpengaruh positif maupun yang negatif terhadap minat perilaku. Oleh karena itu beberapa penelitian yang menggunakan TAM tidak memasukkan variabel ini.

3.4 Behavioral Intention (Minat Perilaku)

Minat perilaku adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan sesuatu jika mempunyai minat atau keinginan untuk melakukan. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penerimaan teknologi dari pemakai sistem.

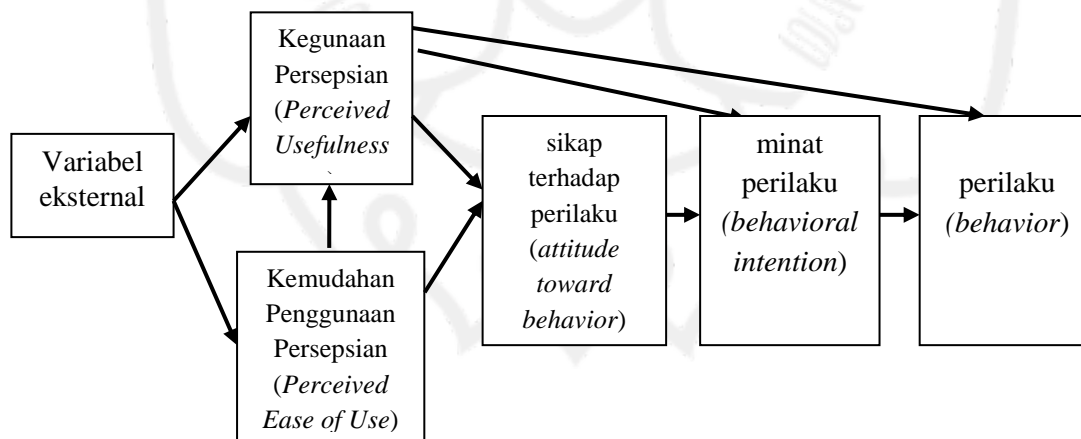
3.5 Behavior (Perilaku)

Perilaku adalah tindakan yang dilakukan seseorang. Dalam konteks sistem teknologi informasi, perilaku adalah penggunaan sesungguhnya (*actual use*) dari teknologi. Oleh karena penggunaan sesungguhnya ini tidak bisa diobservasi oleh peneliti, maka konstruk ini diganti dengan pemakaian persepsian (*perceived usage*). Igbaria et al (1995) menggunakan *perceived usage* yang diukur dengan jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan frekuensi penggunaannya.

3.6 Eksternal Variabel

Eksternal variabel (variabel eksternal) secara langsung akan mempengaruhi persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dari pengguna. Persepsi kemudahan pengguna dipengaruhi variabel eksternal yang berkenaan dengan karakteristik sistem yang meningkatkan penggunaan dari teknologi, seperti *mouse*, *touch screen*, dan *icon*. Selain itu, pelatihan individu juga akan mempengaruhi kemudahan penggunaan. Semakin banyak pelatihan yang diterima individu, semakin besar tingkat kemudahan dalam penggunaan.

Gardner dan Amoroso (2004) mengembangkan TAM dengan menambah empat variabel eksternal untuk digunakan meneliti penerimaan sistem teknologi informasi. Empat variabel eksternal tersebut adalah gender, pengalaman (*experience*), kerumitan (*complexity*), dan kesukarelaan (*voluntariness*).



Gambar A.2 TAM setelah dimodifikasi oleh Gardner & Amoroso (2004)

Dalam penelitian ini variabel eksternal yang digunakan adalah pengalaman (*experience*). Seperti penelitian yang dilakukan oleh Taylor dan

Todd (1995), pengalaman dibedakan menjadi dua yaitu pemakai sistem yang berpengalaman dan pemakai sistem yang belum berpengalaman.

B. Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

Hipotesis bisa didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji (Sekaran, 2006: 135).

1. Kemudahan Penggunaan Persepsian (*perceived Ease of Use*)

Perceived ease of use didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Davis et al, 1989). Maksudnya adalah bahwa jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya. *Perceived ease of use* telah terbukti memiliki pengaruh pada minat perilaku (*intention behavior*) melalui dua jalur kausal: (1) efek langsung pada minat, dan (2) efek tidak langsung pada minat melalui kegunaan yang dirasakan *perceived usefulness*. Pengaruh langsung menunjukkan bahwa *perceived ease of use* bisa menjadi katalisator potensi untuk meningkatkan kemungkinan penerimaan pengguna. Pengaruh tidak langsung berasal dari sebuah situasi di mana semakin mudah sebuah teknologi untuk digunakan, maka teknologi tersebut lebih berguna (Davis et.al, 1989). Dari definisi di atas, kemudahan penggunaan *mobile banking* berarti kemudahan dalam melakukan transaksi melalui media *mobile banking*. Selain itu kemudahan penggunaan *mobile*

banking akan mempengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Hipotesa yang diuji adalah:

H1 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*

H3 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Attitude toward Using*

2. **Kegunaan Persepsian (*perceived Usefulness*)**

Davis (1986, 1989) dan Adam et al (1992) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Dalam model TAM, *perceived usefulness* merupakan faktor yang kuat terhadap penerimaan pengguna, adopsi, dan kebiasaan pengguna (Davis, 1989; Davis et al, 1989; Mathieson, 1991; Taylor dan Todd 1995; Venkatesh dan Morris, 2000).

Szajna (1996) menemukan sewaktu individual menjadi lebih berpengalaman dengan teknologi informasi, konstruk kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) mempengaruhi tidak hanya ke minat (*behavioral intention*) tetapi juga langsung ke perilaku (*behaviour*) menggunakannya. Kemanfaatan dalam *mobile banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Karenanya, tingkat kemanfaatan *mobile banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap sistem tersebut. Hipotesa yang diuji adalah:

H2 : *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Attitude toward Using*

H7 : *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Behavior*

H5 : Perceived Usefulness berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*

3. Sikap terhadap Penggunaan Mobile Banking (*Attitude Toward Using*)

Sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sementara Mathieson (1991) mendefinisikan sebagai evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan sistem.

Sikap yang positif dalam menerima teknologi *mobile banking* sebagai suatu alat yang memudahkan bukan menganggap sebagai suatu teknologi yang rumit atau menyulitkan akan berdampak ada minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Hipotesa yang diuji adalah:

H4 : *Attitude toward Using* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*

4. Minat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Minat perilaku adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan sesuatu jika mempunyai minat atau keinginan untuk melakukan. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penerimaan teknologi dari pemakai sistem.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku (*behavioral intention*) merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem (Davis, 1989; Davis et.al, Taylor dan Todd 1995; Venkatesh dan Davis, 2000). Hipotesa yang diuji adalah:

H6 : *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *Behavior*

5. Perilaku (*Behaviour*)

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

Igbaria et al (1995) menggunakan *perceived usage* yang diukur dengan jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan frekuensi penggunaannya. Szajna (1994) menyarankan menggunakan penggunaan dilaporkan-sendiri (*self-reported usage*) sebagai pengganti penggunaan sesungguhnya (*actual usage*).

6. Pengalaman (*Experience*)

Gardner dan Amoroso (2004) memodifikasi TAM dengan menambah empat variable eksternal untuk meneliti penerimaan pelanggan terhadap teknologi internet. Keempat variabel tersebut adalah gender, pengalaman, kerumitan dan kesukarelaan. Hasil penelitian ini adalah pengalaman merupakan konstruk yang mempengaruhi *perceived usefulness* dan *behavioral intention to use*, kesukarelaan berkorelasi dengan minat perilaku, kerumitan berhubungan dengan *perceived usefulness* dan *perceived use*; dan gender berperan penting dalam menentukan kepercayaan dan *perceived use of Internet*.

Dalam penelitian penerimaan teknologi, penggunaan variabel pengalaman mulai banyak dibahas sebagai variabel eksternal. Hasil temuan Thompson et al (1991) dalam Indriantoro (2000) menunjukkan bahwa pengalaman berpengaruh

terhadap penggunaan personal computer. Orang yang mempunyai pengalaman di bidang komputer mempunyai keahlian yang lebih tinggi dari orang yang tidak mempunyai pengalaman (Rifa dan Gudono, 1999).

Harp et al (1998) menemukan bahwa pemakai komputer yang berpengalaman lebih sensitif terhadap besarnya hubungan komunikasi dalam penyampaian pelatihan daripada pemakai yang tidak berpengalaman.

Penelitian yang dilakukan oleh Montazemi, Cameron, dan Gupta (1996) menemukan bahwa gender, latar belakang pendidikan, pengalaman (experience) memakai komputer, serta level computer anxiety tidak mempunyai pengaruh terhadap *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.

Hasil penelitian dari Igbaria et al. (1995) menunjukkan bahwa pengalaman menggunakan komputer akan mempengaruhi secara langsung ke penerimaan sistem. Pengalaman juga akan mempengaruhi penerimaan sistem secara tidak langsung lewat kepercayaan (*beliefs*) yaitu lewat kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) dan kegunaan persepsian (*perceived usefulness*). Hipotesa yang diuji adalah:

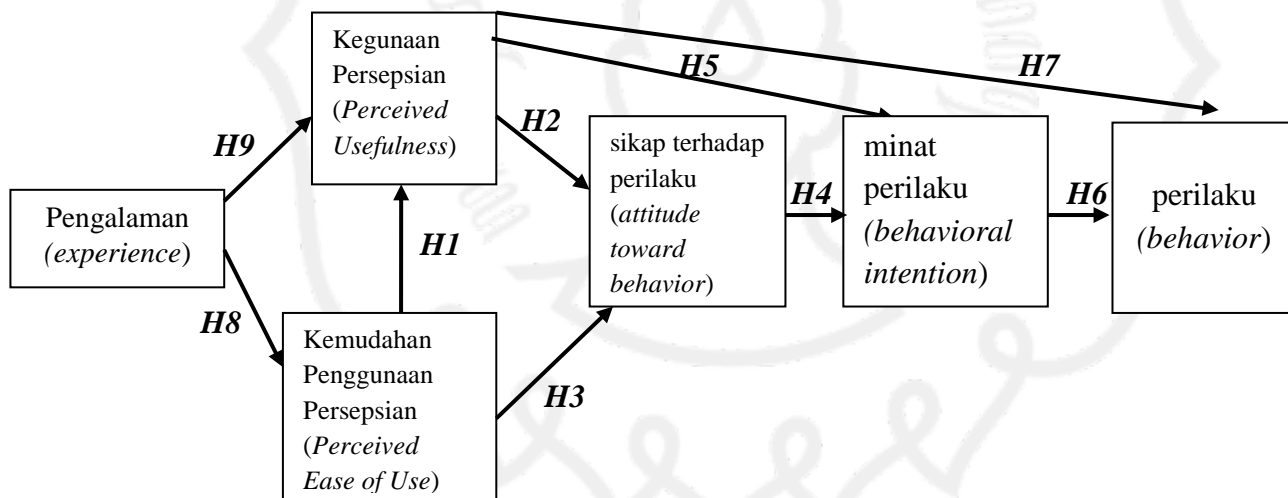
H8 : *Experience* berpengaruh terhadap *Perceived Ease of Use*

H9 : *Experience* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*

C. Kerangka Teori

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka peneliti bermaksud menguji pengaruh pengalaman (*experience*) terhadap penerimaan penggunaan *mobile banking* oleh para nasabah perbankan yang menggunakan teknologi *mobile banking* tersebut. Kerangka atau model penelitian yang akan digunakan adalah Model TAM dengan modifikasi penambahan variabel eksternal seperti yang dilakukan Gardner dan Amoroso (2004). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengalaman (*experience*) sebagai variabel eksternal. Model yang dikembangkan adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini mencoba menjelaskan pengaruh pengalaman terhadap penerimaan mobile banking dengan menggunakan model TAM (Technology Acceptance Model). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Sekaran (2003) menyatakan bahwa pengujian hipotesis menjelaskan jenis hubungan tertentu, atau menetapkan perbedaan antara kelompok atau independensi dua atau lebih faktor.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah bank-bank yang mengaplikasikan layanan *mobile banking* di Indonesia. sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* yang berada di kota Surakarta. Karena pengujian hipotesa menggunakan *Structural Equation Model* (SEM), jumlah kuesioner yang bisa diproses paling tidak sebanyak 100 (Hair et al, 2006).

C. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data primer yaitu data langsung yang diperoleh dengan melakukan survey secara langsung kepada responden, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden yang menggunakan mobile banking.

Jumlah kuesioner yang bisa diproses paling tidak sebanyak 100, karena pengujian hipotesa pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) (Hair et al, 1998).

Setiap responden diminta untuk memberikan penilaian atas pertanyaan yang diajukan dengan pilihan jawaban dengan skala likert dari skor atau skala 1 sampai dengan skor atau skala 4 dari *sangat setuju* hingga *sangat tidak setuju*. Peneliti memodifikasi skala Likert yang digunakan karena pada umumnya jika menggunakan lima skala Likert dengan pilihan ragu-ragu atau netral, responden cenderung akan memilih pilihan tersebut.

D. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner dalam pengumpulan data. Kuesioner ini dibagikan kepada seluruh responden, dengan menggunakan survey langsung karena responden. Kuesioner ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu bagian data responden dan bagian pernyataan. Di bagian data, peneliti ingin mengetahui data usia dan jenis kelamin responden. Sementara dalam bagian pernyataan, responden diminta untuk memilih item yang sesuai dengan keadaannya dengan skala 4 Likert, yaitu Sangat Tidak Setuju sampai dengan Sangat Setuju tanpa menggunakan pilihan Netral karena penulis ingin menghindari pilihan netral yang cenderung dipilih oleh sebagian besar masyarakat sehingga data yang dihasilkan menjadi tidak valid.

Konstruk Eksogenous (*Exogenous Constructs*)

Konstruk ini dikenal sebagai *sources variables* atau variabel independen yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Pada penelitian ini konstruk eksogenous yaitu:

Pengalaman (*experience*) = EX

Pengalaman adalah seberapa banyak atau seberapa sering seseorang menggunakan teknologi tertentu. Dalam penelitian ini, variabel pengalaman diukur dengan dua variabel manifes, yaitu seberapa banyak pengalaman menggunakan teknologi mobile banking dan sudah berapa lama responden menggunakan teknologi *mobile banking*. Variabel ini diadaptasi dari penelitian Venkatesh dan Davis (1996, 2000) dan Legris et al (2002).

Konstruk Endogen (*Endogenous Constructs*)

Konstruk ini adalah faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk endogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen. Pada penelitian ini konstruk endogen meliputi:

a. *Perceived Usefulness* (Kegunaan Persepsian) = PU

Konstruk kegunaan persepsian didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa kegunaan

persepsian merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. (Jogiyanto, 2007). Item pengukur konstruk ini diadaptasi dari Davis et al. (1989) dan Chau (1996).

b. *Perceived Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan Persepsian) = PE

Kemudahan penggunaan persepsian didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Davis et al, 1989). Maksudnya adalah bahwa jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya. Item pengukur konstruk ini diadaptasi dari Davis et al. (1989) dan Chau (1996).

c. *Attitude towards Behavior* (Sikap terhadap Perilaku) = AT

Sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sementara Mathieson (1991) mendefinisikan sebagai evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan sistem. Item pengukur konstruk ini diadaptasi dari Agarwal dan Karashanna (2000)

d. *Behavioral Intention* (Minat Perilaku) = BI

Minat perilaku adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Item pengukur konstruk ini diadaptasi dari Davis et al. (1989) dan Chau (1996).

e. **Actual Usage (Penggunaan sesungguhnya) atau disebut sebagai variabel Behavior (Perilaku) = B**

Perilaku adalah tindakan yang dilakukan seseorang. Dalam konteks sistem teknologi informasi, perilaku adalah penggunaan sesungguhnya (*actual use*) dari teknologi. Oleh karena penggunaan sesungguhnya ini tidak bisa diobservasi oleh peneliti, maka konstruk ini diganti dengan pemakaian persepsian (*perceived usage*). Igarria et al (1995) menggunakan *perceived usage* yang diukur dengan jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan frekuensi penggunaannya. Item pengukur konstruk ini diadaptasi dari Davis et al. (1989) dan Chau (1996).

Berdasarkan variabel laten yang dikembangkan dari teori, maka terbentuk model teoritis yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bangunan Model Teoritis

Variabel laten	Dimensi konstruk
<i>Perceived Ease Of Use (PEOU)</i>	PE1 = kemudahan mempelajari mobile banking PE2 = menambah hal baru PE3 = kejelasan dan kemudahan mempelajari mobile banking PE4 = fleksibilitas mobile banking PE5 = kemudahan menggunakan mobile banking
<i>Perceived</i>	PU1 = mempercepat pekerjaan

<i>Usefulness (PU)</i>	PU2 = peningkatan kinerja PU3 = mempermudah pekerjaan PU4 = peningkatan produktivitas PU5 = peningkatan efektivitas
<i>Attitude Toward Using (ATU)</i>	AT1 = senang menggunakan mobile banking AT2 = menikmati penggunaan mobile banking AT3 = bosan menggunakan mobile banking
<i>Behavioral Intention To Use (BITU)</i>	BI1 = memilih menggunakan mobile banking BI2 = berencana menggunakan mobile banking BI3 = berminat menggunakan mobile banking BI4 = terus menggunakan mobile banking
<i>Behavioral (B)</i>	B1 = penggunaan sebenarnya B2 = frekuensi penggunaan
<i>Experience (E)</i>	EX1 = banyak pengalaman EX2 = lama menggunakan mobile banking

E. Metode Analisa Data dan Pengujian Hipotesa

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini berisi tentang bahasan secara deskriptif mengenai tanggapan yang diberikan responden pada kuesioner. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau

menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2002).

2. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Tinggi rendahnya menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Untuk menaksir validasi item pertanyaan, penelitian ini menggunakan *confirmatory Factor Analysis* (CFA), dengan 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 Fornel dan Larck (1981) yaitu:

1. Semua item faktor *loading* harus signifikan dan bernilai $>0,70$
2. Gabungan realibility (ρ_c) $> 0,80$
3. *Average 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. Uji Realibilitas

Uji realibilitas diperlukan untuk mengetahui tingkat kehandalan kuesioner yang ada dalam penelitian ini atau dengan kata lain untuk mengetahui suatu instrumen cukup dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data dan sejauh mana hasil pengukuran konsisten.

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. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* > 0,60 (Ghozali, 2008). Kriteria tingkatan reliabilitas menurut Sekaran (2006) jika *alpha* atau *r* hitung:

- a. 0,8 - 1,0 = Reliabilitas baik
- b. 0,6 - 0,799 = Reliabilitas diterima
- c. kurang dari 0,6 = Reliabilitas kurang baik

4. Uji Asumsi Model

a. Asumsi Normalitas Data

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 18.

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, 2008). Disamping itu, Curran *et al.* dalam Ghozali dan Fuad (2005) membagi distribusi data menjadi tiga bagian:

- a. Normal, apabila nilai z statistik (*Critical Ratio* atau C.R.) skewness < 2 dan nilai C.R. kurtosis < 7 .
- b. *Moderately non-normal*, apabila nilai C.R. skewness berkisar antara 2 sampai 3 dan nilai C.R. kurtosis berkisar antara 7 sampai 21.
- c. *Extremely non-normal*, apabila nilai C.R. skewness > 3 dan nilai C.R. kurtosis > 21 .

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.

Uji terhadap *multivariate outliers* dilakukan dengan menggunakan kriteria Jarak Mahalanobis pada tingkat $p < 0,001$. Jarak Mahalanobis itu dievaluasi dengan menggunakan χ^2 pada derajat bebas sebesar jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian (Ferdinand, 2006). Evaluasi *outliers* ini dilakukan dengan bantuan program komputer AMOS 18.

5. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan analisis multivariat *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program komputer Amos 18. SEM adalah teknik statistik 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).

Penggunaan program AMOS 18 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:

1. Mengukur *Chi Square* (χ^2) *Statistic*

Tujuan analisis ini adalah mengembangkan dan menguji sebuah model yang sesuai dengan data. *Chi square* sangat bersifat sensitif terhadap sampel yang terlalu kecil maupun yang terlalu besar. Oleh karenanya pengujian ini perlu dilengkapi dengan alat uji lainnya. Nilai *Chi-squares* merupakan ukuran mengenai buruknya fit suatu model (Ghozali dan Fuad, 2005).

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)

RMSEA merupakan indeks yang digunakan untuk mengkompensasi *chi-square statistic* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai penerimaan yang direkomendasi $RMSEA \leq 0,08$ (Ghozali, 2008).

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*. Peneliti lainnya seperti Byrne (1988) mengusulkan nilai $ratio < 2$ merupakan ukuran fit (Ghozali, 2008).

5. *Goodness of Fit Index (GFI)*

GFI mencerminkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan.

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan GFI adalah sebesar $\geq 0,90$ (Ghozali, 2008).

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

Indeks ini sama seperti GFI tetapi telah menyesuaikan pengaruh *degrees of freedom* pada suatu model. Nilai yang direkomendasikan adalah $\geq 0,90$ (Ghozali, 2008).

7. *Tucker Lewis Index (TLI)*

Ukuran ini menggabungkan ukuran *parsimony* ke dalam indeks komparasi antara *proposed model* dan *baseline model*. Nilai penerimaan yang direkomendasikan TLI adalah $\geq 0,90$ (Ghozali, 2008).

8. *Comparative Fit Index (CFI)*

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

Tabel 3.1
Goodness of fit Indices

<i>Goodness of fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
<i>Chi-square (χ^2)</i>	Diharapkan kecil
<i>Significance Probability (p)</i>	$\geq 0,05$
<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>	$\geq 0,90$
<i>CFI</i>	$\geq 0,90$

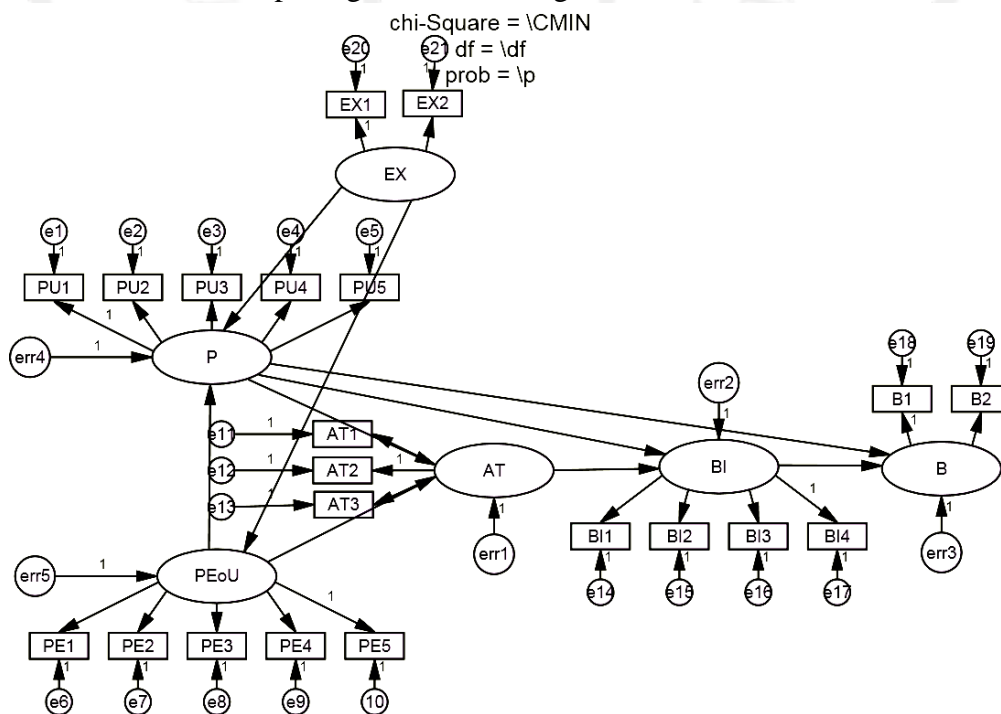
Sumber: Ghozali (2008)

b. Analisis Koefisien Jalur

Analisis ini dilihat dari signifikansi besaran *regression weight* model. Kriteria bahwa jalur yang dianalisis signifikan adalah apabila memiliki nilai $C.R. \geq$ nilai t tabel. Pedoman umum nilai t tabel untuk sampel lebih besar dari 150 dengan level signifikansi 5% adalah $\pm 1,96$ (Ghozali dan Fuad, 2005).

Analisis ini juga menunjukkan besaran dari efek total, efek langsung serta efek tidak langsung dari satu variabel terhadap variabel lainnya. Efek langsung adalah koefisien dari semua garis koefisien dengan anak panah satu ujung. Efek tidak langsung adalah efek yang muncul melalui sebuah variabel antara (mediasi) dan efek total adalah efek dari berbagai hubungan.

Model SEM dapat digambarkan sebagai berikut:



BAB 1V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisis data dan hasil penelitian tentang penerimaan mobile banking dengan pengalaman sebagai variabel eksternal dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Analisis ini dibagi menjadi empat bagian, yaitu: Bagian Pertama, hasil pengumpulan data yang menjelaskan mengenai jumlah data yang siap dianalisis. Kedua, deskripsi responden merupakan hasil penelitian tentang nasabah bank pengguna mobile banking yang menjadi target penelitian, usia, jenis kelamin dan jenjang pendidikan terakhir. Ketiga, hasil pengujian data yang berkaitan dengan uji validitas dan reliabilitas. Keempat, pembahasan hasil penelitian yang berkaitan dengan uji hipotesis.

A. Analisis Deskriptif

Metode pengumpulan data seperti yang telah dijelaskan dalam bab tiga, dengan menggunakan kuesioner. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *sampling aksidental*. Dalam hal ini sebagai subyek responden adalah para nasabah pengguna mobile banking di Surakarta. Hasil pengumpulan data yang berupa kuesioner yang berhasil dikembalikan dan memenuhi syarat adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1

Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	%
Kuisoner yang disebar	152	100 %

Kuisoner yang kembali	152	100 %
Kuisoner yang pengisiannya tidak lengkap	0	0 %
Kuisoner yang memenuhi syarat	152	100 %

Dari tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah kuisoner yang disebarakan ke responden sebanyak 152 (100%). Dari 190 kuisoner yang disebarakan tersebut, semuanya telah dikembalikan kepada peneliti dan 152 (100%) telah diisi oleh responden secara lengkap, dan tidak ada kuisoner yang diisi tidak lengkap 0 (0%). Sehingga, kuisoner yang memenuhi syarat penelitian ini sebanyak 152 (100%).

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan usia responden, terdiri atas 4 kategori, yaitu: 20 – 25 tahun, 26 – 30 tahun, 31-35 tahun, dan 36 – 40 tahun. Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase %
20 – 25 tahun	91	59,87%
26 – 30 tahun	35	23,03%
31 – 35 tahun	14	9,21%
36 – 40 tahun	12	7,89%
Total	152	100%

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 20 - 25 tahun sebanyak 91 responden (59,87%) kemudian yang berusia antara 26-30 tahun, yaitu sebanyak 35 responden (23,03%) dan yang berusia antara 31-35 tahun sebanyak 14 (9,21%) serta yang berusia antara 36-40 tahun sebanyak 12 (7,89%). Hal ini menunjukkan bahwa usia sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebagian besar (59,87%) adalah usia produktif yang masih muda dan kurang lebih sering menggunakan *mobile banking*.

2. Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas 2 kategori, yaitu: Laki-laki, dan Perempuan. Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase %
Laki-laki	84	55,26 %
Perempuan	68	44,74%

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 84 responden (55,26%). Sisanya, yaitu sebanyak 68 responden (44,74%) berjenis kelamin perempuan.

3. Tanggapan Responden

Tanggapan responden terhadap kuesioner yang diberikan peneliti nampak pada jawaban responden. Kuesioner tersebut menggunakan tujuh skala

likert dan bersifat *close-ended questions*. Skala likert 4 point dari 1 sampai 4 untuk menyatakan :

- 1 = sangat tidak setuju
- 2 = tidak setuju
- 3 = setuju
- 4 = sangat setuju

a. Tanggapan Responden Mengenai Perceived Usefulness

Deskripsi tanggapan responden sebanyak 152 orang terhadap item pernyataan pengguna terhadap *perceived usefulness* sebanyak 5 item. Pernyataan pertama yang tercermin pada pernyataan PU1-PU5 untuk mengukur *perceived usefulness*. Data kuesioner yang terdapat pada lampiran menunjukkan tanggapan responden pada setiap item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terhadap *Perceived Usefulness*

<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	Jumlah Jawaban Responden			
	SS	S	TS	STS
1. Penggunaan mobile-banking dapat memungkinkan penyelesaian transaksi dengan lebih cepat	76	70	6	0
2. Penggunaan mobile-banking dapat meningkatkan kinerja saya	28	95	29	0
3. Penggunaan mobile-banking dapat memudahkan pekerjaan saya	42	93	17	0
4. Penggunaan mobile-banking dapat meningkatkan produktivitas kerja saya	19	91	42	0
5. Penggunaan mobile-banking dapat meningkatkan efektivitas kerja	38	92	22	10

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 76 orang atau 50% menjawab sangat setuju atas item pernyataan mempercepat pekerjaan. Sebanyak 95 orang atau 62,5% menjawab setuju atas item pernyataan peningkatan kinerja. Sebanyak 93 orang atau 61,2% menjawab setuju atas item pernyataan mempermudah pekerjaan. Sebanyak 91 orang atau 59,9% menjawab setuju atas item pernyataan peningkatan produktivitas. Sebanyak 92 orang atau 60,5% menjawab setuju atas item pernyataan peningkatan efektivitas.

b. Tanggapan Responden Mengenai *Perceived Ease of Use*

Pernyataan kedua berkaitan dengan *perceived ease of use* tercermin pada pernyataan PE1-PE5. Data kuesioner yang terdapat pada lampiran menunjukkan tanggapan responden pada setiap item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap *Perceived Ease of use*

<i>Perceived Ease of Use (PE)</i>	Jumlah Jawaban Responden			
	SS	S	TS	STS
1. Mempelajari mobile-banking merupakan hal yang mudah bagi saya	22	87	40	3
2. Banyak hal yang saya dapatkan dalam menggunakan mobile-banking	27	101	23	1
3. Menurut saya mobile-banking jelas dan mudah dipahami	15	89	48	0
4. Menurut saya mobile-banking fleksibel	36	95	21	0
5. Menurut saya mobile-banking mudah penggunaannya	23	82	46	1

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 87 orang atau 57,2% menjawab setuju atas item pernyataan kemudahan mempelajari. Sebanyak 101 orang atau 66,4% menjawab setuju atas item pernyataan menambah hal baru. Sebanyak 89 orang atau 58,6% menjawab setuju atas item pernyataan kejelasan dan kemudahan mempelajari. Sebanyak 95 orang atau 62,5% menjawab setuju atas item pernyataan fleksibilitas. Sebanyak 82 orang atau 53,9% menjawab setuju atas item pernyataan kemudahan penggunaan.

c. Tanggapan Responden Mengenai *Attitude toward Using*

Pernyataan kedua berkaitan dengan *attitude toward using* tercermin pada pernyataan AT1-AT3. Data kuesioner yang terdapat pada lampiran menunjukkan tanggapan responden pada setiap item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap *Attitude toward Using (AT)*

<i>Attitude toward Using (AT)</i>	Jumlah Jawaban Responden			
	SS	S	TS	STS
1. Saya merasa senang menggunakan mobile-banking	24	100	27	1
2. Saya menikmati penggunaan mobile-banking	23	86	41	2
3. Saya merasa bosan menggunakan mobile-banking	3	26	110	13

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 100 orang atau 65,8% menjawab setuju atas item pernyataan senang menggunakan. Sebanyak 86 orang atau 56,6% menjawab setuju atas

item pernyataan menikmati penggunaan. Sebanyak 110 orang atau 72,4% menjawab setuju atas item pernyataan bosan menggunakan.

d. Tanggapan Responden Mengenai *Behavioral Intention to use*

Pernyataan kedua berkaitan dengan *behavioral intention to use* tercermin pada pernyataan BI1-BI4. Data kuesioner yang terdapat pada lampiran menunjukkan tanggapan responden pada setiap item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap *Behavioral Intention to use*

<i>Behavioral Intention to use (BI)</i>	Jumlah Jawaban Responden			
	SS	S	TS	STS
1. Saya memilih menggunakan mobile-banking dalam penyelesaian transaksi saya	14	80	58	0
2. Saya berencana untuk menggunakan mobile-banking untuk penyelesaian transaksi di masa yang akan datang	15	108	29	0
3. Saya berminat menggunakan mobile-banking di masa yang akan datang	19	115	18	0
4. Saya berharap terus menggunakan mobile-banking di masa yang akan datang	18	95	39	0

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 80 orang atau 52,6% menjawab setuju atas item pernyataan memilih menggunakan. Sebanyak 108 orang atau 71,1% menjawab setuju atas item pernyataan berencana menggunakan. Sebanyak 115 orang atau 75,7% menjawab setuju atas item pernyataan berniat menggunakan.

Sebanyak 95 orang atau 62,5% menjawab setuju atas item pernyataan terus menggunakan.

e. Tanggapan Responden Mengenai *Behavior*

Pernyataan kedua berkaitan dengan *behavioral* tercermin pada pernyataan B1-B2. Data kuesioner yang terdapat pada lampiran menunjukkan tanggapan responden pada setiap item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap *Behavior*

<i>Behavior (B)</i>	Jumlah Jawaban Responden			
	SS	S	TS	STS
1. Saya menggunakan mobile-banking dalam melakukan transaksi	18	87	45	2
2. Saya sering menggunakan mobile-banking dalam melakukan transaksi	12	61	69	10

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 87 orang atau 57,2% menjawab setuju atas item pernyataan penggunaan sebenarnya. Sebanyak 69 orang atau 45,4% menjawab tidak setuju atas item pernyataan berencana menggunakan.

f. Tanggapan Responden Mengenai *Experience*

Pernyataan kedua berkaitan dengan *experience* tercermin pada pernyataan EX1-EX2. Data kuesioner yang terdapat pada lampiran menunjukkan tanggapan responden pada setiap item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap *Experience*

<i>Experience (EX)</i>	Jumlah Jawaban Responden			
	SS	S	TS	STS
1. Saya mempunyai banyak pengalaman dalam menggunakan mobile-banking	7	91	49	5
2. Saya telah lama menggunakan mobile-banking (lebih dari setahun)	10	57	71	14

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 91 orang atau 59,8% menjawab setuju atas item pernyataan banyak pengalaman. Sebanyak 71 orang atau 46,7% menjawab tidak setuju atas item pernyataan lama menggunakan mobile banking.

B. Uji Validitas

Instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak di ukur (Sugiyono, 2002). Dikarenakan konstruk yang hendak di uji merupakan pengujian kembali dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dimana pada penelitian yang sebelumnya telah berhasil mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk konstruk maka dalam penelitian ini teknik analisis yang dipakai adalah menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (Ghozali, 2008), dengan bantuan program Amos versi 18. Pedoman umum untuk analisis faktor adalah nilai *lambda* atau *factor loading* $\geq 0,4$ (Ferdinand, 2006). Hasil uji validitas dari *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Item	Standardized Loading	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	PU1	0,541	Valid
	PU2	0,772	Valid
	PU3	0,784	Valid
	PU4	0,723	Valid
	PU5	0,823	Valid
<i>Perceived Ease of Use (PE)</i>	PE1	0,588	Valid
	PE2	0,526	Valid
	PE3	0,717	Valid
	PE4	0,532	Valid
	PE5	0,694	Valid
<i>Attitude towards Using (AT)</i>	AT1	0,885	Valid
	AT2	0,860	Valid
	AT3	0,177	Tidak Valid
<i>Behavioral Intention to use (BI)</i>	BI1	0,759	Valid
	BI2	0,756	Valid
	BI3	0,772	Valid
	BI4	0,821	Valid
<i>Behavior (B)</i>	B1	0,875	Valid
	B2	0,727	Valid
<i>Experience (EX)</i>	EX1	0,800	Valid
	EX2	0,712	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Berdasarkan hasil *Confirmatory Factor Analysis* dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa ada satu item pertanyaan yang tidak valid yaitu pernyataan AT3 karena nilai *factor loading* $< 0,5$. Sedangkan pernyataan yang lain telah valid karena nilai *factor loading* $\geq 0,5$. Untuk analisis selanjutnya item pernyataan AT3 harus dikeluarkan karena tidak valid. Sehingga variabel *attitude towards using* terdiri dari dua item pernyataan.

Hasil CFA dengan revisi dapat dilihat pada tabel 4.11 dimana item-item yang tidak valid maka tidak akan diikutsertakan dalam analisis.

Tabel 4.11
Hasil Revisi Uji Validitas Variabel

Variabel	Item	Standardized Loading	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	PU1	0,539	Valid
	PU2	0,761	Valid
	PU3	0,773	Valid
	PU4	0,729	Valid
	PU5	0,811	Valid
<i>Perceived Ease of Use (PE)</i>	PE1	0,628	Valid
	PE2	0,473	Valid
	PE3	0,793	Valid
	PE4	0,494	Valid
	PE5	0,729	Valid
<i>Attitude towards Using (AT)</i>	AT1	0,933	Valid
	AT2	0,825	Valid
<i>Behavioral Intention to use (BI)</i>	BI1	0,749	Valid
	BI2	0,765	Valid
	BI3	0,783	Valid
	BI4	0,823	Valid
<i>Behavior (B)</i>	B1	0,868	Valid
	B2	0,732	Valid
<i>Experience (EX)</i>	EX1	0,805	Valid
	EX2	0,707	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Setelah diadakan revisi pengujian CFA maka didapatkan hasil bahwa semua item pernyataan telah valid dan dapat dianalisis selanjutnya.

C. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala 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 itu dikatakan handal apabila memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.60 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2004).

Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap semua butir pertanyaan yang sudah lolos uji validitas. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas adalah besarnya nilai *Cronbach's Alpha*. 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). Dari perhitungan yang telah dilakukan dengan *software* SPSS versi 11.5, maka diperoleh hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Perceived Usefulness (PU)	0,8482	Baik
Perceived Ease of Use (PE)	0,7514	Dapat diterima
Attitude Toward Using (AT)	0,8666	Baik
Behavioral Intention to Use (BI)	0,8566	Baik
Behavioral (B)	0,7740	Dapat diterima
Experience (EX)	0,7155	Dapat diterima

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Berdasarkan koefisien *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel pada tabel 4.16 maka dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan sudah reliabel, karena masing-masing variabel memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$ (Ghozali, 2008). Berdasarkan kriteria Sekaran (2006) dapat diketahui bahwa variabel Perceived

Usefulness (PU), Attitude Toward Using (AT) dan Behavioral Intention to Use (BI) mempunyai reliabilitas yang dapat baik karena nilai *Cronbach's alpha*-nya lebih dari 0,80.. Sedangkan untuk variabel Perceived Ease of Use (PE), Behavioral (B) dan Experience (EX) mempunyai reliabilitas yang baik karena koefisien *Cronbach's alpha*-nya diantara 0,60 sampai 0,79.

D. Uji Asumsi Model

1. Normalitas Data

Normalitas *univariate* dan *multivariate* terhadap data yang digunakan dalam analisis ini diuji dengan menggunakan AMOS 18. Hasilnya adalah seperti yang disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
EX2	1.000	4.000	.068	.343	-.359	-.904
EX1	1.000	4.000	-.449	-2.260	.181	.455
B2	1.000	4.000	.122	.616	-.294	-.741
B1	1.000	4.000	-.051	-.255	-.208	-.522
BI1	2.000	4.000	.301	1.517	-.661	-1.663
BI2	2.000	4.000	-.092	-.462	.420	1.058
BI3	2.000	4.000	.015	.074	1.108	2.788
BI4	2.000	4.000	.056	.284	-.312	-.785
AT1	1.000	4.000	-.170	-.853	.332	.835
AT2	1.000	4.000	-.079	-.398	-.266	-.670
PE1	1.000	4.000	-.171	-.859	-.094	-.235
PE2	1.000	4.000	-.191	-.959	.458	1.152
PE3	2.000	4.000	.145	.732	-.506	-1.274
PE4	2.000	4.000	-.047	-.237	-.319	-.803

PE5	1.000	4.000	.079	.398	-.562	-1.414
PU5	2.000	4.000	-.072	-.361	-.444	-1.116
PU4	2.000	4.000	.103	.517	-.463	-1.165
PU3	2.000	4.000	-.084	-.421	-.387	-.973
PU2	2.000	4.000	.004	.018	-.333	-.839
PU1	2.000	4.000	-.478	-2.404	-.736	-1.852
Multivariate					58.066	12.066

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Dari tabel 4.13 terlihat hasil pengujian normalitas data dalam penelitian ini. Evaluasi normalitas diidentifikasi baik secara *univariate* maupun *multivariate*. Secara *univariate* untuk nilai-nilai dalam C.r *skewness*, tidak terdapat item yang menunjukkan nilai diatas harga mutlak $\pm 2,58$ yaitu AT3. Sedangkan untuk nilai-nilai dalam C.r *kurtosis*, terdapat 1 item yang menunjukkan nilai diatas harga mutlak $\pm 2,58$ yaitu BI3. Sehingga dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal secara *univariate*. Sementara nilai yang tertera di pojok kanan bawah pada tabel 4.13 menandakan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdistribusi normal secara *multivariate*, karena nilai 12,066 lebih besar dari harga mutlak 2,58. Analisis terhadap data yang tidak normal dapat mengakibatkan pembiasan intepretasi karena nilai *chi-square* hasil analisis cenderung meningkat sehingga nilai *probability level* akan mengecil.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang disajikan apa adanya dari penelitian yang berasal dari data primer berdasarkan jawaban responden yang sangat beragam sehingga sulit untuk memperoleh data yang mengikuti distribusi normal secara sempurna. Menurut Hair *et al.* (1998)

ukuran sampel yang besar cenderung untuk mengurangi efek yang merugikan (distorsi hasil analisis) dari non-normalitas data yang akan dianalisis. Disamping itu, teknik *Maximum Likelihood Estimates* (MLE) yang digunakan dalam penelitian ini tidak terlalu terpengaruh (*robust*) terhadap data yang tidak normal (Ghozali dan Fuad, 2005) sehingga analisis selanjutnya masih dapat dilakukan.

2. Evaluasi *Outliers*

Uji terhadap *multivariate outliers* dilakukan dengan menggunakan kriteria jarak mahalanobis pada tingkat $p < 0,001$. Jarak mahalanobis dievaluasi dengan menggunakan nilai *mahalanobis d-squared* (Ghozali, 2008). *Mahalanobis d-squared* digunakan untuk mengukur jarak skor hasil observasi terhadap nilai centroidnya. Nilai ini diikuti oleh dua kolom yaitu p1 dan p2 yang menunjukkan *probabilitas d-squared* dengan asumsi normal. Arbuckle dalam Ghozali (2003) mencatat bahwa walaupun nilai p1 diharapkan lebih kecil, tetapi nilai kecil pada kolom p2 menunjukkan observasi yang jauh dari nilai centroidnya dan dianggap *outlier* serta harus dibuang dari analisis. Tabel 4.14 berikut menyajikan hasil hasil evaluasi jarak Mahalanobis dengan memperhatikan output dari program AMOS 18.

Tabel 4.14
Jarak Mahalanobis Data Penelitian

Nomor Observasi	Mahalanobis d-squared	p1	p2
40	51.042	.000	.024
37	47.308	.001	.003
148	46.620	.001	.000
38	42.602	.002	.000

109	42.367	.002	.000
115	40.915	.004	.000
51	38.650	.007	.000
120	38.528	.008	.000
78	38.469	.008	.000
44	36.994	.012	.000
54	36.061	.015	.000
114	35.557	.017	.000
74	35.452	.018	.000
45	34.458	.023	.000
71	33.492	.030	.000
47	32.380	.039	.000
143	32.261	.041	.000
122	32.063	.043	.000
68	31.499	.049	.000
67	31.449	.050	.000
130	31.117	.054	.000
77	30.536	.062	.000
2	29.998	.070	.000
131	29.783	.073	.000
128	29.598	.077	.000
140	29.225	.083	.000
-	-	-	-
-	-	-	-
60	15.546	.744	.998
30	15.517	.746	.996
23	15.475	.749	.995

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Dari tabel di atas terlihat bahwa terdapat 26 kasus yang dikategorikan sebagai outliers, namun kasus tersebut tidak perlu dikeluarkan. Hal ini dikarenakan dalam analisis penelitian, apabila tidak terdapat alasan khusus untuk mengeluarkan kasus yang mengindikasikan adanya *outliers*, maka kasus

tersebut harus tetap diikutsertakan dalam analisis selanjutnya (Ferdinand, 2006).

3. Analisis Kesesuaian Model (*Goodness of Fit*)

Evaluasi nilai *goodness-of-fit* dari model penelitian yang diajukan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil *Goodness-of-Fit* Model

<i>Goodness-of-fit Indices</i>	Nilai yang diharapkan	Hasil	Evaluasi Model
<i>Chi-Square</i> (χ^2)	Diharapkan kecil	396,394	Buruk
<i>Significance Probability</i> (<i>p</i>)	$\geq 0,05$	0,000	Buruk
<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,0$	2,462	Buruk
<i>GFI</i>	$\geq 0,9$	0,788	Buruk
<i>AGFI</i>	$\geq 0,9$	0,724	Buruk
<i>TLI</i>	$\geq 0,9$	0,818	Marjinal
<i>CFI</i>	$\geq 0,9$	0,824	Marjinal
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$	0,098	Buruk

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Pada tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai *Chi-Square* (χ^2) pada penelitian ini sebesar 396,394 dengan probabilitas 0,000 menunjukkan ini indikasi yang sangat buruk. Dengan demikian, terdapat perbedaan antara matrik kovarian sampel dengan matrik kovarian populasi yang diamati. Nilai *CMIN/df* sebesar 2,462 merupakan indikasi yang buruk karena mempunyai nilai lebih dari 2. Nilai *GFI* sebesar 0,788 dan nilai *AGFI* sebesar 0,724 merupakan indikasi yang buruk. Sementara dari indeks *TLI* sebesar 0,818 dan nilai *CFI* sebesar 0,824 merupakan indikasi yang marginal. Nilai *RMSEA* sebesar 0,0984 merupakan indikasi yang buruk.

Dari keseluruhan pengukuran *goodness of fit* tersebut di atas mengindikasikan bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini belum dapat diterima ditambah lagi dengan nilai probabilitas yang masih jauh dari memenuhi syarat. Karena model yang diajukan dalam penelitian ini belum dapat diterima maka peneliti mempertimbangkan untuk melakukan modifikasi model untuk membentuk model alternatif yang mempunyai *goodness of fit* yang lebih baik.

4. Modifikasi Model

Modifikasi model dilakukan selain untuk mendapatkan kriteria *goodness of fit* dari model yang dapat diterima, juga untuk mendapatkan hubungan-hubungan baru yang mempunyai pijakan teori yang kuat. Karena SEM ditujukan untuk menguji model yang mempunyai pijakan teori yang “benar” dan bukan untuk menghasilkan teori (Ferdinand, 2006).

Melalui nilai *modification indices* dapat diketahui ada tidaknya kemungkinan modifikasi terhadap model yang dapat diusulkan. *Modification indices* yang dapat diketahui dari output AMOS akan menunjukkan hubungan-hubungan yang perlu diestimasi yang sebelumnya tidak ada dalam model supaya terjadi penurunan pada nilai *chi-square* untuk mendapatkan model penelitian yang lebih baik. Nilai *modification indices* yang mengakibatkan penurunan yang signifikan pada *chi-square* jika suatu hubungan diestimasi, adalah nilai yang mencapai lebih besar atau sama dengan 4,0 (Ferdinand, 2006).

Untuk mendapatkan kriteria model yang dapat diterima, peneliti mencoba mengestimasi hubungan korelasi antar *error term*. Dengan demikian peneliti telah melakukan sebanyak 25 korelasi pada model penelitian, sehingga akan diperoleh kriteria *goodness of fit* yang baru. Tabel 4.16 merupakan hasil *goodness of fit* model yang telah dimodifikasi.

Tabel 4.16
Hasil Goodness-of-Fit Setelah Modifikasi Model

<i>Goodness-of-fit Indices</i>	Nilai yang Diharapkan	Hasil Sebelum Modifikasi	Hasil Setelah Modifikasi	Evaluasi Model
<i>Chi-Square</i> (χ^2)	Diharapkan kecil	396,394	144,569	-
<i>Significance Probability</i> (<i>p</i>)	$\geq 0,05$	0,000	0,291	Baik
<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,0$	2,462	1,063	Baik
<i>GFI</i>	$\geq 0,9$	0,788	0,916	Marginal
<i>AGFI</i>	$\geq 0,9$	0,724	0,870	Marginal
<i>TLI</i>	$\geq 0,9$	0,818	0,992	Baik
<i>CFI</i>	$\geq 0,9$	0,824	0,994	Baik
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$	0,098	0,020	Baik

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Pada tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai *CMIN/df* sebesar 1,063 merupakan indikasi yang baik karena mempunyai nilai kurang dari 2. Nilai *TLI* sebesar 0,992, nilai *CFI* sebesar 0,994, dan nilai *RMSEA* sebesar 0,020 merupakan indikasi yang baik karena mempunyai nilai sesuai yang diharapkan.

Indeks *goodness of fit* lain yang masih mempunyai kriteria marginal adalah *Chi-Square* (χ^2) sebesar 144,569, nilai *GFI* sebesar 0,916, nilai *AGFI* sebesar 0,870, serta nilai probabilitas sebesar 0,291 yang telah memenuhi syarat dari nilai yang diharapkan. Berdasarkan keseluruhan pengukuran

goodness of fit setelah modifikasi model tersebut di atas mengindikasikan bahwa model yang diajukan dalam penelitian dapat diterima.

E. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program AMOS versi 18. Analisis ini dilihat dari signifikansi besaran *regression weight* model dan *standardized regression weight* yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.17
Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P
PU <--- PE	0,205	0,086	2,384	0,017
AT <--- PU	0,304	0,159	1,912	0,056
AT <--- PE	0,167	0,138	1,211	0,226
BI <--- PU	0,390	0,131	2,974	0,003
BI <--- AT	0,383	0,070	5,493	0,000
B <--- BI	1.320	0,202	6,534	0,000
B <--- PU	-0,337	0,205	-1,643	0,100
PE <--- EX	0,609	0,113	5,387	0,000
PU <--- EX	0,156	0,083	1,876	0,061

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Tabel 4.18
Standardized Regression Weights

	Estimate
PU <--- PE	0,307
AT <--- PU	0,168
AT <--- PE	0,138
BI <--- AT	0,525
BI <--- PU	0,296
B <--- BI	0,991
B <--- PU	-0,192

PE <--- EX	0,602
PU <--- EX	0,232

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

1. H1 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji apakah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap kegunaan persepsian (*perceived usefulness*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.17, uji signifikansi terhadap hipotesis 1 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,017 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% (H1 diterima). Hasil estimasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) adalah 0,307. Artinya hubungan antara variabel *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* adalah positif.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Chau (1996) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*. Hasil tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian Davis et.al (1989) yang menunjukkan *perceived ease of use* adalah penentu *perceived usefulness*.

2. H2 : Perceived Usefulness berpengaruh terhadap Attitude toward Using

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji apakah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking (*attitude toward using*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.17, uji signifikansi terhadap hipotesis 2 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,056 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% (H2 diterima). Hasil estimasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) adalah 0,168. Artinya hubungan antara variabel *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* adalah positif.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Szajna (1994) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* signifikan terhadap *attitude toward using*. Hal ini mengindikasikan semakin seseorang percaya bahwa menggunakan *mobile banking* akan meningkatkan kinerja mereka, maka mereka akan lebih bersikap positif dalam menggunakan *mobile banking*.

3. H3 : Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap Attitude toward Using

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji apakah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking (*attitude toward using*). Berdasarkan hasil

perhitungan pada tabel 4.17, uji signifikansi terhadap hipotesis 3 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,226 atau lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak signifikan pada taraf signifikansi 5% (H3 ditolak).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan mobile banking belum tentu berpengaruh positif terhadap sikap untuk menggunakan mobile banking. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Szajna (1994) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* signifikan terhadap *attitude toward using*.

4. H4 : Attitude toward Using berpengaruh terhadap Behavioral Intention

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji apakah sikap terhadap penggunaan mobile banking (*attitude toward using*) memiliki pengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral intention to use*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.17, uji signifikansi terhadap hipotesis 4 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,003 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% (H4 diterima). Hasil estimasi pengaruh *attitude toward using* terhadap *behavioral intention* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) adalah 0,525. Artinya hubungan antara variabel *attitude toward using* terhadap *behavioral intention* adalah positif.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika seseorang merasa harus menggunakan *mobile banking*, maka orang tersebut akan mempunyai minat untuk menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa bahwa *attitude toward using* berpengaruh secara positif ke *behavioral intention*, begitu juga beberapa penelitian menunjukkan ada pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (Mathieson, 1991).

5. H5 : Perceived Usefulness berpengaruh terhadap Behavioral Intention

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji apakah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral intention to use*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.17, uji signifikansi terhadap hipotesis 5 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% (H5 diterima). Hasil estimasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) adalah 0,296. Artinya hubungan antara variabel *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* adalah positif.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Taylor & Todd (1995) yang menemukan bahwa *perceived usefulness* merupakan penyebab utama dari *behavioral intention* untuk pemakai yang kurang berpengalaman. Sun (2003) juga menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan konstruk

yang paling signifikan terhadap *behavioral intention*. Chau (1996) juga menunjukkan bahwa *behavioral intention* ditentukan oleh *perceived usefulness*.

6. **H6 : Behavioral Intention berpengaruh terhadap Behavior**

Hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui apakah minat perilaku (*behavioral intention*) memiliki pengaruh terhadap perilaku (*behavior*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.17, uji signifikansi terhadap hipotesis 6 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% (H6 diterima). Hasil estimasi pengaruh *behavioral intention* terhadap *behavior* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) adalah 0,991. Artinya hubungan antara variabel *behavioral intention* berpengaruh terhadap *behavior* adalah positif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki minat menggunakan *mobile banking*, orang tersebut memiliki kecenderungan untuk menggunakannya. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya.

7. **H7 : Perceived Usefulness berpengaruh terhadap Behavior**

Hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui apakah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh terhadap perilaku

(*behavior*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.17, uji signifikansi terhadap hipotesis 7 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,100 atau lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak signifikan pada taraf signifikansi 5% (H7 ditolak). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seseorang yang menganggap *mobile banking* dapat meningkatkan kinerjanya tidak selalu menggunakan *mobile banking*. Berbeda dengan hasil penelitian Sun (2003) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan konstruk yang paling signifikan menentukan *actual system usage* atau *behavior*.

8. **H8 : Experience berpengaruh terhadap Perceived Ease of Use**

Hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengalaman (*experience*) memiliki pengaruh terhadap kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.17, uji signifikansi terhadap hipotesis 8 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% (H8 diterima). Hasil estimasi pengaruh *behavioral intention* terhadap *behavior* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) adalah 0,602. Artinya hubungan antara variabel *behavioral intention* berpengaruh terhadap *behavior* adalah positif.

Berbeda dengan penelitian Montazemi et.al (1996) yang menemukan bahwa *experience* tidak mempunyai pengaruh terhadap *perceived ease of use*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman menggunakan

mobile banking akan berpengaruh terhadap kemudahan penggunaan *mobile banking*. Semakin berpengalaman nasabah menggunakannya, semakin mudah untuk mengoperasikan atau menggunakan *mobile banking*.

9. H9 : Experience berpengaruh terhadap Perceived Usefulness

Hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengalaman (*experience*) memiliki pengaruh terhadap kegunaan persepsian (*perceived usefulness*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.17, uji signifikansi terhadap hipotesis 9 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,061 atau lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak signifikan pada taraf signifikansi 5% (H9 ditolak).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki pengalaman mengaplikasikan teknologi informasi khususnya *mobile banking* tidak selalu menggunakan teknologi *mobile banking* tersebut. Hasil yang berbeda dengan yang dilakukan oleh Igbaria et al. (1996) yang menyatakan pengalaman akan mempengaruhi secara langsung kegunaan persepsian (*perceived usefulness*)

BAB V

PENUTUP

Pada bagian ini akan dipaparkan kesimpulan dan saran sebagai bagian akhir dari penelitian ini. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil analisis data yang telah dilakukan dan akan menjawab permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya sesuai dengan tujuan penelitian ini. Selain kesimpulan akan disertakan keterbatasan dari penelitian ini dan saran-saran yang diharapkan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

A. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 152 responden yang merupakan nasabah pengguna mobile banking yang terdapat di kota Surakarta. Dalam penelitian ini terdapat 9 hipotesis yang diuji dengan menggunakan program AMOS versi 18.0 dengan menggunakan metode analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap kegunaan persepsian (*perceived usefulness*). Hasil temuan ini sama dengan hasil temuan penelitian yang dilakukan oleh Chau (1996), sehingga hasil penelitian ini **didukung**. Hal ini berarti kemudahan dalam menggunakan teknologi *mobile banking* akan mempengaruhi para nasabah untuk menggunakan teknologi tersebut karena dianggap akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

2. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking* (*attitude toward using*). Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Szajna (1994), sehingga hasil penelitian ini **didukung**. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh kegunaan *mobile banking* akan mempengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan teknologi *mobile banking* tersebut.
3. Hasil penelitian ini menemukan bahwa penggunaan kemudahan persepsian (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking* (*attitude toward using*). Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Szajna (1994), sehingga hasil penelitian ini **tidak didukung**. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* tidak serta merta mempengaruhi sikap para nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.
4. Hasil penelitian ini menemukan bahwa sikap terhadap penggunaan *mobile banking* (*attitude toward using*) memiliki pengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral intention*). Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Mathieson (1991), sehingga hasil penelitian ini **didukung**. Hal ini berarti jika nasabah merasa harus menggunakan *mobile banking* maka nasabah tersebut akan semakin minat terhadap *mobile banking*.
5. Hasil penelitian ini menemukan bahwa sikap terhadap kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral intention to use*). Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Taylor & Todd (1995), sehingga hasil penelitian ini **didukung**. Hal ini berarti kegunaan *mobile banking* menjadi penyebab utama nasabah berminat menggunakan *mobile banking*.

6. Hasil penelitian ini menemukan bahwa minat perilaku (*behavioral intention*) memiliki pengaruh terhadap perilaku (*behavior*). Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jogiyanto (2007), sehingga hasil penelitian ini **didukung**. Hal ini berarti nasabah akan menggunakan *mobile banking* jika ada minat untuk melakukannya.
7. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh terhadap perilaku (*behavior*). Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sun (2003), sehingga hasil penelitian ini **tidak didukung**. Hal ini berarti kegunaan *mobile banking* tidak mempengaruhi perilaku nasabah untuk menggunakannya.
8. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengalaman (*experience*) memiliki pengaruh terhadap kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*). Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Montazemi et.al (1996), sehingga hasil penelitian ini **didukung**. Hal ini berarti semakin berpengalaman nasabah menggunakan *mobile banking* maka akan semakin mudah *mobile banking* tersebut digunakan atau dioperasikan.
9. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengalaman (*experience*) memiliki pengaruh terhadap kegunaan persepsian (*perceived usefulness*). Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Igbaria et al.

(1996), sehingga hasil penelitian ini **tidak didukung**. Hal ini berarti bahwa pengalaman nasabah dalam menggunakan *mobile banking* tidak membuat nasabah selalu menggunakan teknologi tersebut.

B. KETERBATASAN

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

1. Belum dilakukannya *pre-test* untuk mengetahui berbagai penyimpangan penafsiran karena faktor transliterasi. Hal ini menyebabkan adanya beberapa indikator yang harus dikeluarkan dari analisis karena mempunyai *factor loading* yang rendah.
2. Penelitian ini memiliki jumlah sampel 152 responden yang sedikit dan terbatas untuk populasi pengguna *mobile banking* di kota Surakarta.
3. Ruang lingkup penelitian hanya di wilayah Surakarta, sehingga kurang bisa mewakili persepsi atau tingkat pemahaman terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di wilayah lain.
4. Keterbatasan yang melekat dalam metode survei yaitu peneliti tidak bisa mengontrol jawaban responden apabila responden tidak jujur dalam menjawab pertanyaan yang diajukan dan tidak lengkapnya pengisian kuesioner.
5. Pada penelitian ini konstruk frekuensi penggunaan tidak diukur secara rinci, sehingga dapat menimbulkan bias pada penelitian ini.

6. Penelitian ini memberikan peluang untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan mengkaji variabel-variabel lain yang belum dapat diobservasi oleh peneliti dalam penelitian ini.

C. REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Penelitian yang akan datang mengenai aspek yang sama sebaiknya melakukan *pre-test* untuk memperkecil kemungkinan indikator-indikator yang tidak valid sehingga data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang keadaan yang sesungguhnya.
2. Ruang lingkup penelitian untuk penelitian selanjutnya dapat diperluas lagi sehingga tingkat generalisasi ke populasinya bisa lebih luas.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan survei wawancara selain kuesioner, hal ini bertujuan untuk menghindari adanya respon bias.
4. Memberikan pilihan jawaban yang lebih rinci terhadap frekuensi penggunaan agar penelitian tidak menjadi bias.
5. Menambah atau bahkan mengganti variabel-variabel lainnya, hal ini bertujuan agar responden dapat memberikan jawaban yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D.A., R.R. Nelson, P. A. Todd, **“Perceived Usefulness, Ease of Use and Usage of Information Technology: A Replication”**, *MIS Quarterly*, 16 (2), pp. 227-247, 1992
- Ajzen, M. Fishbein, **“Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour”**, Prentice Hall, Englewood Cliffs. NJ. 1980
- _____, I., **“The Theory of Planned Behaviour, Organizational Behaviour and Human Decision Processes”**, 50, pp. 197-211, 1991
- Ashur Harmadi dan Budi Hermana, **“Analisis Karakteristik Individu Dan Prilaku Pengguna Internet Banking: Reliabilitas Dan Validitas Instrumen Pengukuran”**, Universitas Gunadarma, 2005
- Bahmanziari, T., J. Michael Pearson, dan Leon Crosby, **“Is trust Important in Technology Adoption? A Policy Capturing Approach”**, *The Journal of Computer Information Systems*, 43 (4), pp. 46-54, 2003
- Chau, P.Y.K, **“An Empirical Assessment of a Modified Technology Acceptance Model”**, *Journal of Management Information Systems* (13), pp. 185-204, 1996
- _____, P.Y.K dan Vincent S.K.Lai, **“ An Empirical Investigation of The Determinants of User Acceptance of Internet Banking”**, *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 13 (2), 123-145, 2003
- Davis,FD., **“Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-user Information Systems Theory and Results”**, *Unpublished Doctoral Dissertation, MIT*, 1986
- Ellitan, Lena, **“Technology Adoption, Technology Management and it’s impact on Operationail Performance: A Case From Indonesia”**, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 1, pp. 1-22, April 2002
- Ferdinand, A. **“Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen”**, Fakultas Ekonomi UNDIP, 2006
- Fornell, C. dan D.F. Larcker, **“Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics”**, *Journal of Marketing Research*, 18 (August), pp. 382–388, 1981.

- Gardner,C dan Amoroso DL. **“Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by Consumers”**, *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*, 2004
- Ghozali, I, **“Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver. 5.0”**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2004
- _____, Imam. **“Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 16.0”**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008
- _____, Imam. **“Analisis Multivariate dengan Program SPSS”**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008
- Goodhue, D.L. dan Thompson, R.L, **“Task technology fit and individual performance”**, *MIS Quarterly*, 19, pp. 213, 1995
- Igbaria,M dan Iivari,J. **“The Effects of Self-Efficacy on Computer Usage”**, *Omega* (23:6),1995
- _____,M., Parasuraman,S., dan Baroudi,JJ., **“A Motivational Model of Microcomputer Usage”**, *Journal of Management Information Systems*, 1996
- Indriantoro, Nur. **“Pengaruh Comuter Anxiety Terhadap Keahlian Dosen dalam Menggunakan Komputer”**. *JAAI*, Vol.4,No.2,Hal 191-210, 2000
- Jogiyanto. **”Sistem Informasi Keperilakuan”**, Edisi Pertama, Andi Offset, 2007
- Mathieson,K, **”Predicting User Intentions: Comparing the TAM with the TPB”**, *Information System Research*, 1991
- Montazemi, A. R., Cameron, D. A., & Gupta, K. M., **“An empirical study of factors affecting software package selection”**, *Journal of Management Information Systems*, 13(1), 89-105, 1996
- Niagara, H. **“ Analisis Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Adopsi Teknologi: Studi Empiris Jasa Mobile Banking di daerah Istimewa Yogyakarta”**, Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, 2008
- Rifa,Dandes dan Gudono,M. **“Pengaruh Faktor Demografi dan Faktor Personality terhadap Keahlian dalam End-User Computing”**, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol.2,No.1,Hal.20-36, 1999
- _____, Bagozzi,RP dan Warshaw,PR,**”User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models”**, *Management Science*, 1989

- Santoso, Singgih. **“Structural Equation Modelling: Konsep dan Aplikasi dengan AMOS”**. Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2007
- Sekaran, U. **”Research Methods for Business, A Skill Building Approach”**, 4th edited. Jhon Wiley & Sons, Inc. NY,2003
- Sekaran, Uma, **“Research Methods For Business“**, Jakarta : Penerbit Salemba Empat, 2006
- Sugiyono. **”Metode Penelitian Bisnis”**. Bandung: CV Alfabeta, 2002
- Sukkar, Ahmad Al dan Helen Hasan, **“Toward a Model for the Acceptance of Internet Banking in Developing Countries”**, www.interscience.wiley.com, Vol. 11 (4) pp. 381-398, 2005
- Sun, H, & Zhang, P, **“A New Perspective to Analyze User Technology Acceptance “**, *Working Paper, Syracuse University*, 2003
- Szajna,B. **“Empirical Evaluation of The Revised echnology Acceptance Model”**, *Management Science* (42), 1996
- _____,B. **”Software Evaluation and Choice Predictive Validation of the Technology Acceptance Instrument”**, *MIS Quarterly*, 1994
- Taylor,S dan Todd,P, **”Assessing IT Usage : The Role of Prior Experience”**, *MIS Quarterly*, 1995
- Wibowo, A, **“Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model”**, 2008
- Widyastuti, T. **“Pengaruh Persepsian Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengaplikasian Layanan Mobile Banking Studi Kasus di Kota Yogyakarta”**, Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, 2008
- Venkatesh, Viswanath, dan Fred D. Davis, **“A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies”**, *Management Science*, 46 (2), 186–204, 2000
- _____, V., **“Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model”**, *Information Systems Research*, vol. 11, no. 4, pp. 342–365, 2000
- _____, V. Morris et.al. ***User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View***, *MIS Quarterly*, 2003