

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEGUNAAN
TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* (STUDI PADA
MAHASISWA PENGGUNA *MOBILE BANKING* UNIVERSITAS
BRAWIJAYA)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana Pada Fakultas Ilmu
Administrasi Universitas Brawijaya Malang**

ABI FADLAN

NIM. 115030207111082



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI SISTEM INFORMASI MANAJEMEN
MALANG
2018**

MOTTO

You can push your limit but you can't turn back time

Ingatlah kamu kepada-Ku, niscaya Aku ingat (pula) kepadamu

(Q.S Al-Baqarah: 152)

**Dan Dia mendapatimu sebagai seorang yang bingung, lalu Dia memberikan
petunjuk**

(Q.S Ad-Duha: 7)

Barang siapa yang menempuh jalan untuk mencari suatu ilmu. Niscaya

Allah memudahkannya ke jalan menuju surga

(HR. Turmudzi)

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Teknologi Informasi Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking pada Mahasiswa Universitas Brawijaya

Disusun oleh : Abi Fadlan

NIM : 115030207111082

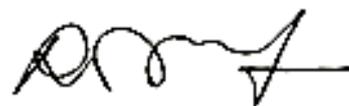
Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Sistem Informasi

Malang, 5 Mei 2018

Komisi Pembimbing



Rizki Yudhi Dewantara, S.Sos, MPA
NIP. 197705022002121003

TANDA PENGESAHAN

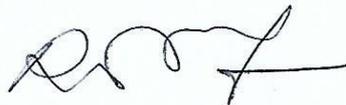
Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada :

Hari : Senin
Tanggal : 9 Juli 2018
Jam : 08.00
Skripsi atas nama : Abi Fadlan
NIM : 115030207111082
Judul : Pengaruh Pesepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Teknologi Informasi Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Pengguna Mobile Banking.

Dan dinyatakan **LULUS**

MAJELIS PENGUJI

Ketua



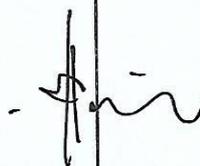
Rizki Yudhi Dewantara, S.Sos, MPA
NIP. 19770502 200212 1 003

Anggota



Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si
NIP. 19530810 198103 2 012

Anggota



Brillyanes Sanawiri, SAB, MBA
NIP. 831228 03 11 0273

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70.

Malang, 5 Mei 2018



Nama : Abi Fadlan

NIM : 115030207111082

RINGKASAN

Abi Fadlan, 2018, **Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya)**, Rizki Yudhi Dewantara, S.Sos, MPA.

Sistem informasi merupakan komponen penting yang dapat mendukung fungsi dan kegiatan operasional dalam suatu organisasi atau perusahaan. Sistem informasi saat ini telah banyak digunakan pada berbagai bidang usaha, salah satunya sistem perbankan. Berbicara tentang perbankan, maka tidak lepas dari kegiatan perbankan seperti transaksi keuangan. Transaksi akan lebih mudah dilakukan menggunakan *mobile banking* karena dengan *mobile banking* kegiatan transaksi keuangan dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Diera globalisasi saat ini setiap orang mempunyai mobilitas yang sangat banyak, seperti kegiatan bayar beli menggunakan internet dan banyak penjual yang berjualan di internet. Maka dari itu bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh 1) Variabel persepsi kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking* dan 2) Variabel persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian penjelasan (*explanatory reseach*) dengan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas Brawijaya yang menggunakan *mobile banking*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, karena populasi yang diteliti *infinite* (populasi yang jumlah dan identitas anggota populasi tidak diketahui selain itu juga dilakukan pengambilan sampel secara

Insedental Sampling (Convenience Sampling) adalah prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan *mobile banking*. Hipotesis kedua yaitu persepsi kegunaan berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan *mobile banking*. Hipotesis ketiga yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap penggunaan *mobile banking*. Secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

Kata Kunci: Persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan penggunaan *mobile banking*

SUMMARY

Abi Fadlan, 2018, *Effect of Perception Ease of Use and Perception of Usefulness to Mobile Banking Usage (Study on Student of Mobile Banking Users of University Brawijaya)*, Rizki Yudhi Dewantara, S.Sos, MPA.

The information system is an important component that can support the functions and operational activities in an organization or company. The current information system has been widely used in various business fields, one of which is the banking system. Speaking of banking, it cannot be separated from banking activities such as financial transactions. Transactions will be easier to do using mobile banking because with mobile banking financial transaction activities can be done quickly and easily. In this globalization today everyone has a lot of mobility, such as paying to buy using the internet and many sellers who sell on the internet. Therefore, it aims to explain and analyze the influence of 1) Variable perception of ease of use of mobile banking and 2) Variable perception of usefulness to the use of mobile banking.

This research uses explanatory research method with quantitative approach. The object of this study is all students of Universitas Brawijaya who use mobile banking. The sampling technique used is non-probability sampling, because the population under study is infinite (the population whose number and identity of members of the population are unknown, besides that, sampling is conducted in a Convenience Sampling) is a sampling procedure that selects the sample from the person or unit that is most easy to find The analytical method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis.

Hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan mobile banking. Hipotesis kedua yaitu persepsi kegunaan berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan mobile banking. Hipotesis ketiga yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan mobile banking. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap penggunaan mobile banking. Secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking.

Keyword: Perception Ease of Use, Perception of Usefulness and Mobile Banking Usage

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, serta Shalawat dan Salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ayah, Mama, Harfi dan Zhorif yang telah banyak memberikan dukungan, perhatian, kasih sayang, motivasi dan doa serta pengorbanan dalam bentuk apapun untuk selalu memberikan yang terbaik, semoga selalu sehat dan dalam perlindungan Allah SWT.
2. Sahabat terbaik di Malang (Mamank, Adam, Adek, dan Herta), sahabat terbaik di SMA Dwiwarna Boarding School (Revelion 11), sahabat di Malang (Ramzi, Arin, Iqbal, Jundah, Tyo, Puan, Aul, Aulit, Adit, Aga, Gendats, Faisal, Bimo, Isal, Asa, Teddy, Eko, dan Langi) yang telah memberikan dukungan dan semangat serta pelajaran hidup kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas budi baik Anda semua.

Terima kasih banyak semoga karya ini bermanfaat bagi semua.

Malang, Juli 2018

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti penjatkan kehadiran Allah SWT, serta Shalawat dan Salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya)”**. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. M. Al Musadieq, MBA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Mohammad Iqbal, S.Sos., M.IB., DBA selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Ibu Nila Firdaus Nuzula S.Sos., M.Si, PhD selaku Ketua Prodi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

5. Bapak Ari Darmawan, SAB., MAB selaku Sekretaris Prodi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
6. Bapak Rizki Yudhi Dewantara, S.Sos, M.AP selaku Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan kritikan, dukungan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kedua Orang Tua peneliti yang selalu memberikan kasih sayang, do'a dan dukungan baik materi maupun spiritual.
8. Teman-teman yang telah mendukung peneliti selama mengerjakan skripsi.
9. Kepada pihak lain yang belum dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Demikian skripsi ini, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ini bermanfaat dan memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, Juli 2018

Abi Fadlan



DAFTAR ISI

MOTTO	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
RINGKASAN	iii
SUMMARY	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu	10
B. Teknologi Informasi	16
1. Pengertian Teknologi Informasi	16
2. Lingkup Teknologi Informasi.....	20
3. Peranan Teknologi Informasi	23
4. Keuntungan dan Kerugian Teknologi Informasi	24
C. <i>Mobile Banking</i>	27
1. Definisi <i>Mobile Banking</i>	27
2. Faktor yang Mempengaruhi Sikap Terhadap <i>Mobile Banking</i> ..	29
D. <i>Technology Acceptance Model</i>	30
1. Konstruksi-Konstruksi <i>Technology Acceptance Model</i>	32
E. Hubungan Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan dengan Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	34
F. Model Konsep dan Model Hipotesis Penelitian	36
1. Model Konsep.....	36
2. Model Hipotesis.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	39
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Variabel dan Pengukurannya	40
1. Variabel.....	40
2. Definisi Operasional	40
3. Skala Pengukuran	43

D. Populasi dan Sampel.....	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. Sumber Data	46
2. Metode Pengumpulan Data.....	46
3. Instrumen Penelitian	47
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas	50
G. Metode Analisis Data.....	51
1. Analisa Deskriptif.....	51
2. Uji Asumsi Klasik.....	52
3. Analisis Regresi Linier Berganda	54
H. Uji Hipotesis	54
1. Uji F (Uji Silmultan).....	54
2. Uji t (Uji Parsial)	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Perusahaan.....	57
B. Karakteristik Responden.....	58
1. Usia Responden	58
2. Jenis Kelamin Responden.....	59
C. Uji Instrumen Penelitian	59
1. Uji Validitas.....	59
2. Uji Reliabilitas	62
D. Analisis Data Deskriptif.....	63
1. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemudahan (X_1)	63
2. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kegunaan (X_2).....	70
3. Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Mobile Banking (Y)	77
4. Analisis Statistik Deskriptif	78
E. Asumsi-Asumsi Klasik Regresi	79
1. Uji Normalitas	80
2. Uji Autokorelasi.....	81
3. Uji Multikolinieritas	84
4. Uji Heterokedastisitas	85
F. Analisa Regresi Linier Berganda.....	86
1. Persamaan Regresi	87
2. Koefisien Determinasi (R^2)	88
3. Pengujian Hipotesis	89
G. Kelemana Penelitian	91
H. Pembahasan	91
1. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Kegunaan (X_2) terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y).....	91

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_1) terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Y)92

3. Persepsi Kegunaan (X_2) terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Y).....93

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan95

B. Saran96

DAFTAR PUSTAKA97

LAMPIRAN.....101

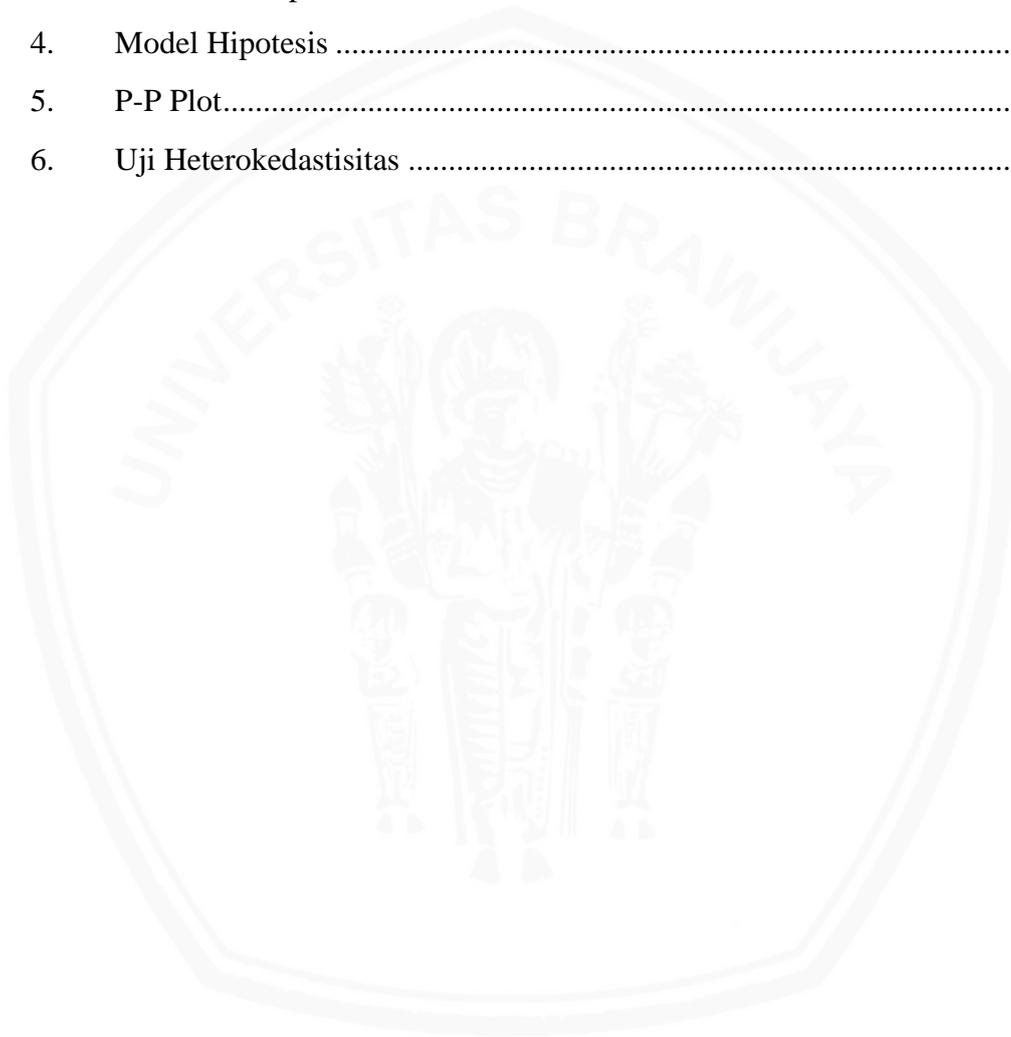


DAFTAR TABEL

No	Nama Tabel	Halaman
1.	Mapping Penelitian Terdahulu	13
2.	Variabel dan Item	42
3.	Skala Pengukuran Jawaban Responden	44
4.	Uji Validitas Variabel.....	49
5.	Uji Realiabilitas Variabel	51
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
8.	Uji Validitas Variabel.....	61
9.	Uji Reliabilitas Variabel	62
10.	Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemudahan (X_1).....	63
11.	Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kegunaan (X_2)	70
12.	Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y).....	77
13.	Hasil Uji Normalitas.....	80
14.	Hasil Uji Autokorelasi.....	83
15.	Hasil Uji Multikolinieritas	84
16.	Rekapitulasi Hasil Regresi	87

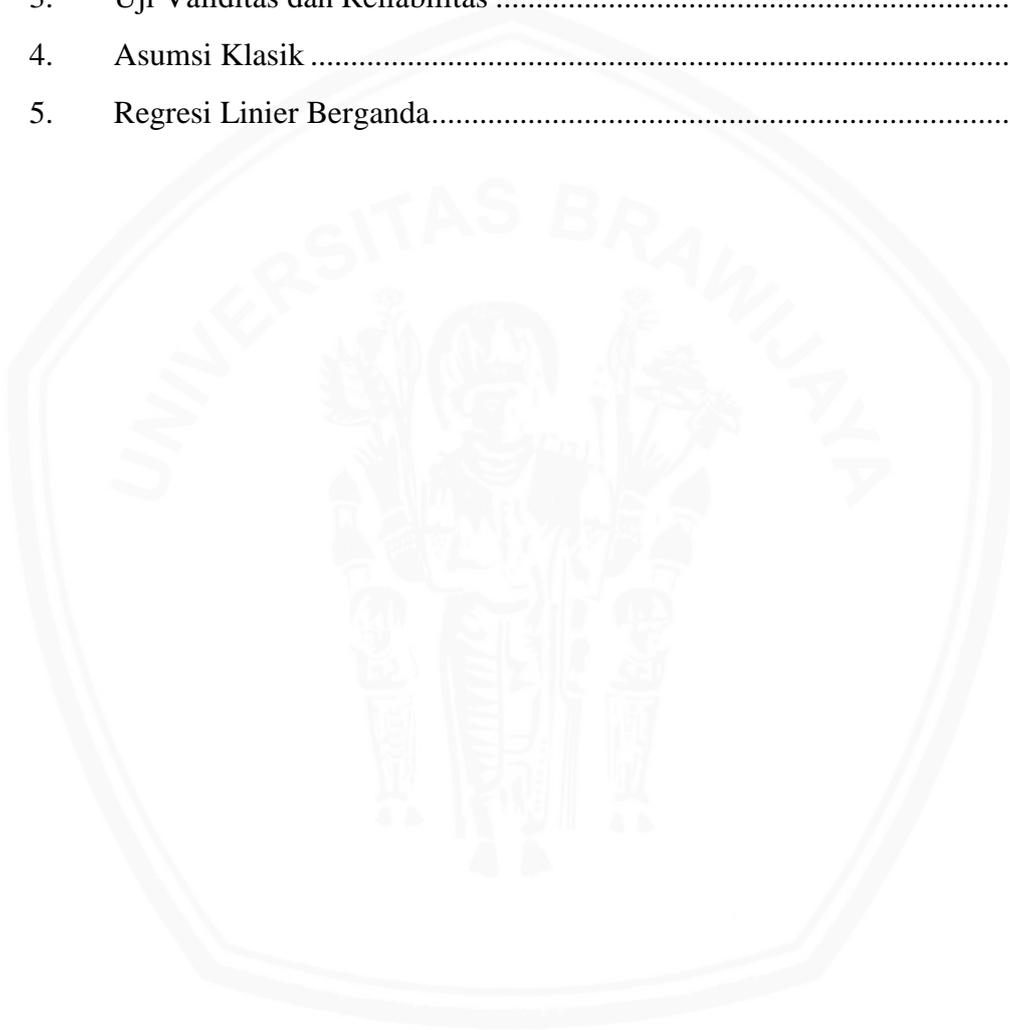
DAFTAR GAMBAR

No	Nama Tabel	Halaman
1.	Persentase Pengguna SMS/ <i>mobile banking</i> terhadap Total Nasabah 2015	.4
2.	<i>Techonology Acceptance Model</i>	31
3.	Model Konsep	37
4.	Model Hipotesis	38
5.	P-P Plot.....	81
6.	Uji Heterokedastisitas	86



DAFTAR LAMPIRAN

No	Nama Tabel	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	101
2.	Frekuensi Jawaban Responden.....	106
3.	Uji Validitas dan Reliabilitas	114
4.	Asumsi Klasik	118
5.	Regresi Linier Berganda.....	121



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin bertambah cepatnya perkembangan teknologi informasi saat ini telah menciptakan peluang bagi perusahaan untuk mengoptimalkan dan memudahkan aktivitasnya baik dalam hal penggunaan tempat maupun penggunaan waktu. Perkembangan teknologi informasi ini terjadi karena teknologi informasi dapat memenuhi segala kebutuhan manusia yang selalu menuntut mobilitas tinggi seperti saat ini. Teknologi informasi berperan sangat penting pada perekayasaan ulang dalam proses bisnis. Kecepatan, kemampuan pemrosesan informasi, konektivitas komputer, dan teknologi internet dapat secara mendasar meningkatkan efisiensi para pebisnis, seperti juga meningkatkan komunikasi dan kerjasama (O'Brien, 2005). Salah satu bentuk teknologi informasi yang berkembang saat ini adalah internet.

Internet adalah suatu pusat informasi yang menggunakan *database* atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap. Bahkan, Internet dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya) karena hampir seluruh aspek kehidupan di dunia nyata ada di internet seperti bisnis, hiburan, olah raga, politik dan lain sebagainya (Sidharta, 1996). Internet kini menjadi suatu sarana yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, transaksi bisnis, mencari informasi, dan lain sebagainya di seluruh dunia. Banyak perusahaan di dunia yang memiliki keinginan untuk mengubah dirinya menjadi pembangkit daya bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam *ebusiness*, *e-commerce*,

dan sektor Teknologi Informasi lainnya. Sektor perbankan merupakan contoh dari salah satu sektor yang telah mengaplikasikan atau mengadopsi teknologi informasi dalam kegiatan bisnisnya.

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di dunia perbankan relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Berbagai jenis teknologi di antaranya *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Banking Application System*, *Real Time Gross Settlement System*, Sistem Kliring Elektronik dan *Internet Banking*. Sri Maharsi dan Fenny (2006) berpendapat bahwa penggunaan *internet banking* memberikan keuntungan bagi nasabah dan bank. Bagi nasabah, *internet banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi perbankan. Keuntungan bagi bank adalah *internet banking* dapat menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan membuka outlet ATM.

Termasuk di dalam kegiatan *internet banking* yaitu *mobile banking*. *mobile banking* yang juga dikenal sebagai *M-Banking*, *SMS banking*, dan lain sebagainya, merupakan sebuah terminal yang dapat digunakan sebagai *performing balance checks*, transaksi keuangan, serta pembayaran dengan menggunakan alat bergerak seperti *mobile phone*. *Mobile banking* saat ini kebanyakan ditunjukkan via SMS atau *Mobile Internet* tetapi dapat juga menggunakan program aplikasi *mobile device* (Buse dan Tiwari, 2007) dalam Pratiwi (2012).

Praktek *mobile banking* ini jelas akan mengubah strategi bank dalam menjalankan kegiatannya. Setidaknya ada faktor baru yang bisa mempengaruhi pengkajian suatu bank untuk membuka cabang baru atau menambah ATM. *Mobile banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan pembayaran-

pembayaran secara online. Selain itu, dengan *mobile banking*, bank bisa meningkatkan kecepatan layanan dan jangkauan dalam aktivitas perbankan.

Penyelenggaraan *mobile banking* yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, dalam kenyataannya pada satu sisi membuat jalannya transaksi perbankan semakin mudah, akan tetapi di sisi yang lain membuatnya juga semakin berisiko. Dengan kenyataan seperti ini, faktor keamanan harus menjadi faktor yang paling perlu diperhatikan. Bahkan mungkin faktor keamanan ini dapat menjadi salah satu fitur unggulan yang dapat ditonjolkan oleh pihak bank.

Mobile banking adalah tindakan melakukan transaksi keuangan online dengan bantuan perangkat telekomunikasi *mobile* seperti ponsel atau tablet. Melalui ponsel, pengguna perbankan dapat mengakses layanan keuangan dan non-keuangan seperti manajemen rekening, informasi saldo, pemindahan, pembayaran tagihan, perubahan PIN dan permintaan buku cek (Dahlberg, Mallat, Ondrus & Zmijewska, 2008; Luarn & Lin, 2005; Shaikh & Karjaluto, 2015).

Mobile banking terlihat menjadi saluran perbankan populer dikalangan konsumen *mobile commerce*. Karena potensi *mobile commerce* telah menarik banyak perhatian dari para peneliti dalam menyelidiki *mobile banking* di kalangan konsumen. Antusiasme nasabah indonesia menggunakan layanan *internet banking* juga terlihat pada situs BCA, Mandiri, dan BNI. Ketiga situs tersebut masuk dalam peringkat 100 top website indonesia versi alexa.com (layanan pemeringkat situs). Berdasarkan catatan pada alexa.com, layanan *internet banking* BCA

(www.klikbca.com) menduduki peringkat 12, Mandiri (www.bankmandiri.co.id) peringkat 24, dan BNI (www.bni.co.id) peringkat 69.



Gambar 1. Persentase Pengguna SMS/mobile banking terhadap Total Nasabah 2015

Sumber: Sharingvision.com

Gambar 1 menunjukkan total pertumbuhan pengguna SMS/mobile banking dari 4 bank. Bank Mandiri sebanyak 6,6 juta nasabah, Bank BCA sebanyak 5,2 juta nasabah, Bank BNI sebanyak 3,25 juta nasabah, Bank BRI 8,8 juta nasabah. Berdasarkan gambar 1 dapat disimpulkan bahwa Bank Mandiri paling besar dalam presentase pengguna mobile banking yaitu 41,8% dengan 6,6 juta nasabah yang menggunakan layanan mobile banking Bank Mandiri. Bank Mandiri untuk jumlah rekening yang memanfaatkan mobile banking relatif lebih kecil dari total seluruh rekening nasabah bank. Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna mobile banking di Indonesia yang dicerminkan dengan keempat bank tersebut masih relatif sedikit persentasenya jika dibandingkan dengan keseluruhan nasabah



pada bank tersebut. Pengguna *mobile banking* pada keempat bank tersebut tidak sampai separuh dari keseluruhan nasabah pada bank tersebut.

Di Indonesia sendiri saat ini sudah banyak bank yang menyediakan fasilitas *internet banking* dalam aktivitas pelayanannya sehari-hari, namun nasabah lebih memilih untuk datang ke sektor tujuan atau ke bank untuk melakukan transaksi secara langsung atau manual meskipun hal tersebut memakan lebih banyak waktu dan tenaga. Faktanya berbagai macam keuntungan diberikan apabila nasabah bank menggunakan *mobile banking* dan dengan kelebihan-kelebihan yang dimilikinya tersebut seharusnya membuat layanan *mobile banking* ini akan dapat mencapai sukses dalam waktu yang relatif singkat. Namun, fakta tentang sedikitnya jumlah pengguna *mobile banking* ini, berkaitan erat dengan tingkat penerimaan konsumen terhadap inovasi teknologi ini. Padahal, sebagai sebuah teknologi yang maju, inovasi layanan *mobile banking* ini pasti telah melalui tahap identifikasi kebutuhan. Namun mengapa masih terdapat celah yang besar antara harapan dan kenyataan di lapangan, hal ini menjadi salah satu perhatian mendasar dalam penelitian ini.

Mengacu kepada penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Abdulkadir *et al.* (2013) yang meneliti tentang Adopsi *mobile banking* dengan studi kasus pada mahasiswa University Utara Malaysia, Leiva *et al.* (2016) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku adopsi *mobile banking* dengan studi kasus di Spanyol, serta Puspita dan Lestari (2016) yang meneliti tentang adopsi internet banking pada mahasiswa Universitas Lampung. Penelitian ini menggunakan model dari *Technology Acceptance Model*.

Model untuk penelitian ini didasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) sama seperti penelitian sebelumnya. Hal ini disebabkan karena pertama, model ini terkait dengan sikap interes dan relevansinya terhadap interaksi personal (Guriting and Ndubisi, 2006). Kedua, TAM lebih dari pada model lain yang mana akan menjadi lebih mudah dalam mengaplikasikannya (Venkatesh and Morris, 2003). Maka penelitian ini akan menggunakan model *Technology Acceptance Model* yang menentukan sikap nasabah bank dalam memutuskan untuk mengadopsi layanan *mobile banking*. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Puspita dan Lestari (2016), penelitian ini mengambil dua variabel dari *Technology Acceptance Model* yang menentukan minat nasabah dalam mengadopsi *mobile banking*, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan.

Objek pada penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Brawijaya (UB). UB merupakan universitas negeri terbesar di Kota Malang, mahasiswa UB merupakan yang terbanyak dibandingkan dengan universitas lain di Malang. Mahasiswa UB datang dari berbagai kota lain di Indonesia, bahkan terdapat mahasiswa asing dari negara lain yang menempuh pendidikan di UB. Banyaknya mahasiswa dari luar Malang yang menempuh pendidikan di UB membuat mereka harus bisa menyesuaikan dengan teknologi perbankan yang ada seperti *mobile banking* untuk memudahkan mereka melakukan transaksi perbankan jarak jauh, seperti melakukan transaksi perbankan dari dan ke kota asalnya.

Bersadarkan latar belakang diatas penelitian ini mencoba untuk untuk mengetahui dan memahami tentang penerimaan para mahasiswa di Universitas

Brawijaya terhadap layanan *mobile banking* dalam rangka mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi sikap mahasiswa Universitas Brawijaya untuk mengadopsi *mobile banking*. Oleh karena itu penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap Penggunaan *Mobile Banking*?
2. Apakah Persepsi Kegunaan berpengaruh secara parsial terhadap Penggunaan *Mobile Banking*?
3. Apakah Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh secara parsial Persepsi Kemudahan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.
2. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh secara parsial Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.

3. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh secara simultan Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.

D. Kontribusi Penelitian

Kontribusi dalam penelitian ini adalah:

1. Kontribusi Akademis
 - a. Hasil penelitian digunakan untuk mengembangkan variabel persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking*.
 - b. Sebagai tambahan referensi dibidang penelitian sistem informasi dalam kaitannya dengan variabel persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking*.
2. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan yang objektif bagi kegiatan perbankan di Indonesia.

E. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terbagi menjadi 5 bab, dimana masing-masing bab saling berhubungan. Peneliti membagi skripsi ini menjadi beberapa bab yaitu Pendahuluan, Landasan Teori, dan, Metode Penelitian. Berikut adalah penjelasan singkat dari masing-masing bab:

BAB I : PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan tentang *mobile banking*, faktor yang mempengaruhi *mobile banking*, TAM, Hipotesis, Metode Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menguraikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, polasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengukuran data, uji instrumen, teknik analisis data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan mengenai penjelasan hasil dari penelitian dan pengolahan data penelitian serta mengemukakan pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Abdulkadir Nurudeen (2013). Penelitian ini memperluas penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) untuk menyelidiki faktor-faktor signifikan yang mempengaruhi adopsi pengguna layanan *mobile banking* di salah satu universitas negeri Malaysia. Model penelitian diuji secara empiris melalui survei. Data yang dikumpulkan dari 125 responden dianalisis dengan menggunakan regresi berganda. Temuan menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *social influence* berpengaruh signifikan terhadap adopsi *mobile banking*. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, *perceived ease of use*, *perceived credibility*, *image*, *perceived financial cost*, dan pengalaman komputer / internet tidak signifikan dalam menjelaskan adopsi *mobile banking*. Singkatnya, *perceived usefulness* memberi kontribusi terbesar dalam menjelaskan adopsi *mobile banking*. Implikasi temuan dan saran untuk penelitian masa depan diberikan.
2. Leiva F. Munoz (2016). Bagi lembaga keuangan, *mobile banking* telah menunjukkan terobosan dalam hal layanan perbankan jarak jauh. Namun, banyak pelanggan tetap tidak yakin karena keamanannya. Studi ini mengembangkan model penerimaan teknologi yang mengintegrasikan inovasi difusi, kesalahan persepsi dan kepercayaan pada model TAM klasik untuk menjelaskan faktor apa yang menentukan penerimaan

pengguna aplikasi mobile banking. Para peserta harus memeriksa aplikasi *mobile* dari bank terbesar Eropa. Dalam model yang diusulkan, pendekatan terhadap pengaruh eksternal dimasukkan, secara teoritis dan awalnya dinyatakan oleh Davis et al. (1989). Model yang diusulkan diuji secara empiris dengan menggunakan data yang dikumpulkan dari survei online dengan pemodelan persamaan struktural (SEM). Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya penggunaan aplikasi mobile, membuang kegunaan dan risiko sebagai faktor yang secara langsung memperbaiki penggunaannya. Akhirnya, studi tersebut menunjukkan implikasi manajemen utama dan mengidentifikasi beberapa hal.

3. Melin Chandra Puspita (2016). Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran dari *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap Sikap adopsi internet *banking* di Universitas Lampung. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Untuk uji statistik dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Square* (smartPLS 2.0). Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian penjelasan dengan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengadopsi layanan internet *banking* di Universitas Lampung dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Temuan penelitian menunjukkan bahwa: (1) persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan; (2) bahwa persepsi kemudahan (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap sikap adopsi internet

banking (ATT); (3) persepsi kegunaan (*PU*) berpengaruh signifikan terhadap sikap adopsi internet banking (ATT).

4. Aldhisa Amanda Sebayang (2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh risiko, kemudahan penggunaan, kepercayaan *electronic word of mouth*, terhadap penggunaan layanan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument untuk mengambil sampel sebanyak 100 orang responden, yang merupakan pengguna *mobile banking* Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial variabel risiko, kemudahan penggunaan, *electronic word of mouth*, berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung, sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung. Secara simultan, risiko, kemudahan penggunaan, kepercayaan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung. Besarnya pengaruh variabel risiko, kemudahan penggunaan, kepercayaan *electronic word of mouth* terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung adalah sebesar 45,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 1. Mapping Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Variabel	Hasil
1	Nurudeen Abdulkadir, Shehu Inuwa Galoji, Rafidah Bt Abd Razak (2013)	<i>An Investigation into the Adoption of mobile banking in Malaysia</i>	Keyakinan Attitudinal (X_1), pengaruh sosia (X_2), pengalaman komputer / internet (X_3), adoption of <i>mobile banking</i> (Y)	Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perceived usefulness dan social influence berpengaruh signifikan terhadap adopsi <i>mobile banking</i> . Berbeda dengan penelitian sebelumnya, perceived ease of use, perceived credibility, image, perceived financial cost, dan pengalaman komputer / internet tidak signifikan dalam menjelaskan adopsi <i>mobile banking</i> . Singkatnya, perceived usefulness memberi kontribusi terbesar dalam menjelaskan adopsi <i>mobile banking</i> . Implikasi temuan dan saran untuk penelitian masa depan diberikan.
2	Munoz Leiva, Climent Climent, Liébana Cabanillas (2016)	<i>Determinants of intention to use the mobile bankingapps: An extension of the classic TAM model</i>	Citra sosial (X_1), dirasakan bermanfaat (X_2), dirasakan kemudahan penggunaan (X_3), kepercayaan yang dirasakan (X_4), risiko yang dirasakan (X_5), sikap, niat untuk menggunakan (Y)	Bagi lembaga keuangan, <i>mobile banking</i> telah menghadirkan inovasi dalam hal layanan perbankan jarak jauh. Namun, banyak konsumen masih menganggap keamanan mereka tidak pasti. Studi ini mengembangkan model penerimaan teknologi yang terintegrasi, dalam model TAM klasik, teori difusi inovasi, persepsi risiko dan kepercayaan, untuk mengklarifikasi faktor-faktor apa yang

No.	Nama	Judul	Variabel	Hasil
				menentukan penerimaan aplikasi perbankan
3	Melin Candra Puspita (2016)	Pengujian <i>Technology Acceptance Model</i> Terhadap Sikap Adopsi Internet <i>Banking</i> Di Universitas Lampung	Persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi kegunaan (X2), adopsi internet <i>banking</i> (Y)	Temuan penelitian menunjukkan bahwa: (1) persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan ; (2) bahwa persepsi kemudahan (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap sikap adopsi internet <i>banking</i> (ATT) ; (3) persepsi kegunaan (<i>PU</i>) berpengaruh signifikan terhadap sikap adopsi internet <i>banking</i> (ATT). Hal ini membuktikan bahwa sikap Adopsi internet <i>banking</i> sepenuhnya dapat dijelaskan oleh <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).
4	Aldhisa Amanda Sebayang (2017)	Pengaruh Risiko, Kemudahan Pengaruh, Kepercayaan, dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Penggunaan	Pengaruh risiko (X ₁), kemudahan penggunaan (X ₂), kepercayaan <i>electronic word of mouth</i> (X ₃), terhadap penggunaan layanan <i>mobile banking</i> (Y)	Menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial variabel risiko, kemudahan penggunaan, <i>electronic word of mouth</i> , berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan <i>mobile banking</i> Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung, sedangkan variabel kepercayaan perpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan layanan <i>mobile banking</i> Bank Mandiri di Kota

No.	Nama	Judul	Variabel	Hasil
				<p>Bandar Lampung. Secara simultan, risiko, kemudahan penggunaan, kepercayaan <i>electronic word of mouth</i> berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan <i>mobile banking</i> Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung. Besarnya pengaruh variabel risiko, kemudahan penggunaan, kepercayaan <i>electronic word of mouth</i> terhadap penggunaan layanan <i>mobile banking</i> Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung adalah sebesar 45,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.</p>

Sumber:

Data

sekunder

diolah

penulis

(2017)

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa TAM yang digunakan dalam tiap penelitian berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan, tetapi tidak meninggalkan bentuk dasar TAM. Yang dimaksud dengan bentuk dasar TAM adalah keempat konstruk utama serta hubungan antara keempat konstruk tersebut, yaitu *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Perceived Usefulness (PU)*, dan *Attitude Toward Using (ATT)*. Seperti halnya TAM yang akan dipakai dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, konstruk yang diteliti dibatasi hanya pada tiga konstruk utama, yaitu persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi pengguna terhadap kegunaan (*perceived usefulness*) dan sikap pengguna terhadap adopsi internet banking (*attitude toward internet banking adoption*). Sedangkan variabel dari luar (*external variables*) seperti persepsi kepercayaan, persepsi risiko, dan variable lainnya tidak diteliti karena kontribusinya dalam TAM dianggap tidak signifikan, sehingga dapat diabaikan meskipun mempunyai pengaruh secara tidak langsung terhadap penerimaan teknologi (Milchrahm 2003).

B. Teknologi Informasi

1. Pengertian Teknologi Informasi

Menurut (Kadir : 2003 ; 12) istilah teknologi informasi (*information technology*) mulai populer diakhir dekade 70-an. Sebelum membahas teknologi informasi, terlebih dahulu dibahas istilah informasi. Informasi adalah data yang telah diklasifikasi atau diolah atau diinterpretasi untuk digunakan dalam proses pengambil keputusan. Menurut (Sutabri : 2005 ; 14) Informasi merupakan proses

lebih lanjut dari data yang memiliki nilai tambah. Informasi dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian yaitu:

- a. Informasi strategis, informasi ini digunakan untuk mengambil keputusan jangka panjang, mencakup informasi eksternal, rencana perluasan perusahaan dan sebagainya.
- b. Informasi taktis, informasi ini dibutuhkan untuk mengambil keputusan jangka menengah. Seperti informasi trend penjualan yang dapat dimanfaatkan untuk menyusun rencana penjualan.
- c. Informasi teknis, informasi ini dibutuhkan untuk keperluan operasional sehari-hari. Seperti informasi persediaan stock, retur penjualan dan laporan kas harian.

Menurut Henderson dan Venkatraman dalam (Jogiyanto : 2011) pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja adalah Model keselarasan Bisnis- Teknologi Informasi. Menurut David L. Goetch dalam (Simarmata : 2006 ; 2) mendefinisikan teknologi dapat dipahami sebagai upaya untuk mendapatkan suatu “produk atau jasa” yang dilakukan oleh manusia dengan memanfaatkan peralatan (tools), proses dan sumber daya (*resources*). Menurut Mc Keown. dalam (Suyanto : 2005 ; 10) mendefinisikan teknologi informasi merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya. Menurut Martin,dkk dalam (Suyanto : 2005 ; 10) mendefinisikan teknologi informasi merupakan kombinasi teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) untuk mengolah dan menyimpan informasi dengan teknologi komunikasi untuk melakukan transmisi

informasi. Menurut Kamus Oxford dalam (Kadir : 2003 ; 13) mendefinisikan teknologi informasi adalah studi atau penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer untuk menyimpan, menganalisa, dan mendistribusikan informasi apa saja.

Berdasarkan beberapa defenisi tentang teknologi informasi diatas maka dapat gunakan oleh para peneliti yang mengkaji pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja adalah model keselarasan bisnis teknologi informasi yang dikemukakan oleh Henderson dan Venkratman (1989). Isu penting yang terkait dengan keselarasan bisnis-teknologi informasi adalah pendefenisian konsep strategik teknologi informasi oleh organisasi. Banyak organisasi yang mengaku menggunakan teknologi informasi strategik namun pada pelaksanaannya teknologi informasi masih berfungsi operasional, bahkan hanya mengganti bentuk aktivitas manual menjadi aktivitas digital. Tapi perubahan tersebut tidak diikuti oleh transformasi proses bisnis organisasi secara luas. Sedangkan menurut Strassmann dalam (Jogiyanto : 2011 ; 207) menyatakan bahwa teknologi informasi strategik adalah teknologi informasi yang digunakan untuk seluruh proses bisnis organisasi, bahkan mampu mengubah dinamika lingkungan eksternal organisasi, seperti mengubah struktur pasar, mengubah kekuatan persaingan dan mengubah rantai nilai bisnis organisasi. Untuk itu organisasi sebaiknya memahami pendekatan dan model Keselarasan bisnis-teknologi informasi, sekaligus mampu mengukur model keselarasan yang digunakan sehingga sinergi bisnis dan teknologi informasi menghasilkan nilai nyata bagi organisasi.

Pertanyaan mendasar yang harus dijawab sebelum melakukan penyelarasan teknologi informasi dan bisnis adalah: domain apa yang seharusnya diselaraskan dengan domain strategik informasi? bagaimana menjalankan tahapan untuk menyelaraskan domain-domain tersebut? Pentingkah bagi organisasi untuk mengidentifikasi lingkungan? Apakah dimensi temporal terintegrasi? Untuk menjawab berbagai pertanyaan mendasar tersebut organisasi sebaiknya menyusun struktur kerangka kerja keselarasan teknologi informasi-bisnis yang mencakup empat elemen, yaitu: domain keterlibatan, tahapan penyelarasan, pengidentifikasian lingkungan dan penentuan dimensi temporal.

- a. Aspek keterlibatan menunjukkan yang akan dilibatkan dalam proses penyelarasan. antara lain: strategi bisnis, infrastruktur dan proses organisasional, strategi teknologi informasi, dan infrastruktur dan proses teknologi informasi.
- b. Aspek tahapan penyelarasan menggambarkan tahapan dan arah keselarasan atribut yang terlibat. Atribut yang ada dalam elemen ini adalah klasifikasi (anchor, pivot, dan impacted), tipe hubungan (strategic fit dan integrasi fungsional), sifat keselarasan (terencana atau dadakan).
- c. Aspek pengidentifikasi lingkungan meliputi tindakan pencarian informasi tentang peristiwa dan hubungannya dengan lingkungan eksternal. Hasil identifikasi ini akan membantu para eksekutif dalam merencanakan tindakan perusahaan di masa depan. Atribut dari elemen ini adalah aktor, penggunaan, dan isu.

d. Aspek dimensi temporal menunjukkan kesiapan infrastruktur teknologi informasi dalam mengantisipasi perubahan dalam proses evolusi lingkungan eksternal dan perubahan strategi organisasi. Atribut dari elemen ini adalah masa lalu, masa depan, dan saat ini.

Berikut adalah ringkasan elemen keselarasan bisnis dan teknologi informasi, jika organisasi telah mendefinisikan setiap jawaban atas pertanyaan-pertanyaan mendasar di atas, organisasi kemudian mulai menentukan pendekatan dan model keselarasan apa yang akan digunakan dan bagaimana mengevaluasi masing-masing pendekatan. Berbagai model dan pendekatan penyelarasan bisnis dan teknologi informasi di jelaskan pada ini adalah keselarasan bisnis dan teknologi informasi memberi pengaruh arahan bagaimana aktivitas teknologi informasi pada level manajerial, operasional dan proses layanan diorganisasi, meliputi : bagaimana sumber daya dialokasikan pada serangkaian pada serangkaian aktivitas dan investasi, bagaimana risiko di identifikasi, serta bagaimana teknologi informasi di kelola. Dalam hal ini, area tatakelola teknologi informasi didefinisikan sebagai pengawasan sumberdaya teknologi informasi, dan manajemen teknologi informasi.

2. Lingkup Teknologi Informasi

Teknologi informasi mencakup perangkat keras dan perangkat lunak untuk melaksanakan satu atau sejumlah tugas pemrosesan data seperti mencari, mentransmisikan, menyimpan, mengambil, memanipulasi dan menampilkan data. Secara garis besar, teknologi informasi dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*). Perangkat keras

menyangkut pada peralatan-peralatan yang bersifat fisik, seperti monitor, CPU, printer, keyboard. Adapun perangkat lunak terkait dengan intruksi-intruksi untuk mengatur perangkat keras agar bekerja sesuai dengan tujuan intruksi-intruksi tersebut.

Menurut (Susanto : 2004 ; 122) adapun tahap-tahap dalam pengolahan data menjadi informasi yaitu mencakup :

a. Pengumpulan data

Data yang diperlukan, yang telah dikumpulkan dengan cara-cara tertentu seperti sampling, dicatat dalam suatu file. Misalnya, data yang menjelaskan penjualan dimasukkan ke file pesanan penjualan.

b. Masukan

Tahap ini merupakan pemasukan data dan prosedur pengolahan data kedalam komputer melalui alat input seperti keyboard. Prosedur pengolahan data itu merupakan urutan langkah untuk mengolah data yang dibuat dalam suatu program.

c. Pengolahan data

Tahapan ini merupakan tahap dimana data diolah sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan. Kegiatan pengolahan data seperti ini meliputi pengumpulan data, klasifikasi, kalkulasi, penggabungan, peringkasan-baik dalam bentuk tabel maupun grafik, penyimpanan dan pembacaan data dari tempat penyimpanan data.

d. Hasil

Hasil pengolahan data akan ditampilkan pada alat output seperti monitor dan printer.

e. Penyimpanan data

Selanjutnya, data disimpan atau di *back up* dalam bentuk CD, DVD, disket, ataupun *softcopy* untuk menghindari terjadinya kehilangan data.

f. Distribusi

Setelah proses pengolahan data dilakukan, maka informasi yang dihasilkan harus segera didistribusikan, proses pendistribusian ini tidak boleh terlambat dan harus diberikan kepada yang berkepentingan, sebab hasil pengolahan tersebut akan menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan atau menjadi data dalam pengolahan selanjutnya.

Teknologi masukan adalah segala perangkat yang digunakan untuk menangkap data/informasi dari asal. Contoh teknologi ini, antara lain *barcode scanner* dan *keyboard*. Supaya informasi bisa diterima oleh pemakai yang membutuhkan, informasi perlu disajikan dalam berbagai bentuk, dalam hal ini teknologi informasi keluaran mempunyai andil yang cukup besar. Pada umumnya informasi disajikan dalam monitor, namun kadang kala pemakai menginginkan informasi yang tercetak dalam kertas *hardware*. Pada keadaan seperti ini, peranti-peranti printer berperan dalam menentukan kualitas cetakkan. Untuk menciptakan informasi diperlukan perangkat lunak atau sering disebut program. Program adalah sekumpulan intruksi yang digunakan untuk mengendalikan perangkat keras komputer.

Pengolahan kata merupakan contoh yang banyak digunakan oleh pemakai komputer untuk membuat dokumen, dimana dokumen menggunakan teknologi informasi dapat dipublikasikan tanpa harus menunggu lama dan biaya yang besar, dan teknologi informasi memberikan kemudahan untuk mempublikasikannya.

Teknologi penyimpanan menyangkut segala peralatan yang digunakan untuk menyimpan data. Tape, hardisk, cd room, flasdisk dan disket adalah contoh media penyimpanan data yang saat ini di gunakan hampir semua pengguna teknologi informasi. Teknologi informasi merupakan teknologi yang memungkinkan hubungan jarak jauh. Internet dan ATM merupakan contoh teknologi yang memanfaatkan teknologi telekomunikasi. Mesin pemrosesan yang menjadi suatu faktor penting dalam tingkat kecepatan mengolah data, yang terdiri dari media penyimpanan, media pengolahan, media pengekseskusi program berupa komponen CPU.

3. Peranan Teknologi informasi

Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia pada saat ini memang begitu besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitas utama bagi kegiatan-kegiatan bisnis, memberikan andil besar terhadap perubahan- perubahan mendasar pada struktur, operasi dan manajemen organisasi. Berkat teknologi ini, berbagai kemudahan dapat dirasakan oleh manusia. Secara garis besar, dapat dikatakan bahwa:

- a. Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam hal ini, teknologi informasi melakukan otomasi terhadap suatu tugas atau proses.

- b. Teknologi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.
- c. Teknologi informasi berperan dalam restrukturisasi terhadap peran manusia. Dalam hal ini, teknologi berperan dalam melakukan perubahan-perubahan terhadap sekumpulan tugas atau proses.

Menurut (Jogiyanto : 2009 ; 19) mendefinisikan peranan teknologi yang terdiri dari berbagai jenis teknologi, teknologi yang digunakan di sistem teknologi informasi adalah teknologi komputer, teknologi komunikasi dan teknologi informasi apapun yang memberikan nilai tambah untuk organisasi dari berbagai jenis teknologi informasi yang mempunyai dampak sangat besar terhadap setiap aspek kehidupan dan paling penting saat ini adalah komputer.

4. Keuntungan dan Kerugian Teknologi Informasi

Setiap perkembangan yang terjadi, pasti akan berdampak positif dan juga negatif terhadap manusia. Tidak terkecuali teknologi informasi, berbagai sektor sangat terbantu dengan penemuan-penemuan yang ada, namun kerugian-kerugian juga muncul dari hal ini. Kejadian ini sebenarnya tergantung dari user yang memanfaatkannya. Berikut ini adalah keuntungan dari teknologi Informasi dan komunikasi:

- a. Membantu mempercepat pekerjaan manusia

Dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, pekerjaan manusia akan menjadi lebih cepat dan mudah. Misalnya, proses pembuatan proposal yaysan sosial, apabila menggunakan mesin ketik, maka diperlukan waktu yang lama dan dengan keakuratan yang rendah.

Lain halnya apabila dikerjakan dengan menggunakan komputer dan printer untuk mencetaknya, pekerjaan ini akan menjadi lebih cepat dan akurat untuk menyusun proposal yang akan dikerjakan.

b. Mempermudah komunikasi jarak jauh

Sebelum adanya teknologi informasi dan komunikasi seperti sekarang ini, proses komunikasi masih bersifat analog. Untuk mengirimkan kabar menuju keluarga yang letaknya jauh, harus menggunakan surat dengan waktu tempuh lebih dari 2 hari, dan itupun terkadang tidak sampai pada tujuan. Dengan teknologi sekarang, bisa menggunakan *sms*, *e-mail* dan lain sebagainya yang merupakan produk teknologi informasi. Dengan menggunakannya, maka jarak yang jauh bukan lagi menjadi hambatan dalam berkomunikasi, waktu tempuhpun menjadi relatif singkat dengan keakuratan yang sangat terjamin.

c. Mempermudah sistem administrasi

Sistem administrasi tanpa menggunakan bantuan teknologi informasi dan komunikasi akan menjadi lambat dan membutuhkan tempat yang besar. Dalam hal ini, misalny saja untuk proses penghitungan suara oleh KPU. Dalam hitungan jam saja, sudah bisa terakumulasi total suara dalam satu negara. Betapa besar manfaat adanya teknologi ini. Bisa dibayangkan seandainya tidak ada teknologi ini, mungkin diperlukan waktu hingga berbulan-bulan untuk melakukan penghitungan secara manual.

d. Mempermudah proses transaksi keuangan

Sebelum berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, proses transaksi keuangan dilakukan secara konvensional. Nasabah harus mendatangi Bank untuk bertransaksi, begitu pula apabila akan dilakukan transaksi jual beli, pihak pembeli harus bertemu dengan pihak penjual untuk kemudian bertransaksi secara langsung. Namun, sekarang ini proses transaksi sudah bisa dilakukan melalui berbagai cara, yakni bisa melalui ATM, *SMS Banking* dan *E-Banking*. Dengan cara- cara ini, maka kedua belah pihak yang terlibat transaksi tidak harus bertemu.

Selain keuntungan yang diperoleh dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, juga muncul kerugian atau efek negatifnya, yaitu antara lain :

a. Komunikasi menjadi hampa

Sebelum adanya teknologi bidang komunikasi, untuk melakukan komunikasi, haruslah bertemu antara satu pihak dengan pihak lainnya, sehingga proses komunikasi menjadi nyata dan transparan. Sekarang ini, proses komunikasi tidak harus bertatap muka, sehingga terasa kurang puas.

b. Penyalahgunaan untuk tindakan kriminal dan asusila

Maraknya penipuan dan penculikan belakangan ini melalui situs jejaring sosial, juga merupakan efek negatif dari berkembangnya dunia informasi dan komunikasi. Selain itu, bahaya dari situs pornografi merupakan ancaman nyata bagi para generasi muda, khususnya siswa sekolah.

c. Penyalahgunaan untuk pencurian keuangan

Belakangan ini muncul berita mengenai pembobolan uang nasabah, dari hal ini jelas sekali bahwa kemampuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi yang tidak diimbangi dengan iman yang kuat, maka seseorang dapat terjerumus dalam tindakan pencurian melalui media internet.

d. Munculnya perilaku individualisme, ketergantungan dan egois

Semakin tergantungnya manusia akan bidang ini, maka jiwa sosialnya akan berkurang. Misalnya saja orang akan lebih senang berada di depan komputer dari pada mengikuti kegiatan remaja atau ibadah.

e. Manusia menjadi malas beraktifitas

Ini adalah dampak yang paling nyata yang dapat kita lihat dan rasakan, hampir tiap waktu, sepulang sekolah, siswa sekolah lebih banyak menghabiskan waktunya di warnet untuk bermain game online. Waktu mereka untuk belajarpun menjadi berkurang, disinilah peran orang tua harus aktif untuk bisa menjelaskan pada anaknya mengenai pembagian waktu untuk belajar dan bermain.

C. Mobile Banking

1. Definisi Mobile Banking

Pengertian *mobile banking* menurut Riswandi Budi Agus(2005,83) *mobile banking* suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *mobile banking* merupakan sebuah

fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*. Melalui adanya *handphone* dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi. Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *mobile banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.

Mobile banking merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *handphone* dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di Subscriber Identity Module Card (SIM Card) atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau SIM Toolkit.

2. Faktor yang Mempengaruhi Sikap Terhadap *Mobile Banking*

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan *mobile banking*. Laporan BRI (2010,62) dalam penelitiannya menginventarisir enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *mobile banking* yaitu:

- a. Keamanan sistem *mobile banking*. Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan *mobile banking* untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.
- b. Kemudahan suatu website untuk diakses. Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau website perusahaan jasa layanan perbankan secara *mobile* akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.
- c. Privasi pengguna. Dalam sistem layanan perbankan / transaksi keuangan secara *mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarkan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*.

- d. Keandalan layanan (layanan 24 jam). Transaksi keuangan secara *mobile* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.
- e. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan. Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan (*mobile banking*) adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan *mobile banking*. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *mobile banking*-nya.
- f. Kecepatan koneksi jaringan. Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *mobile*. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankkannya melainkan pada provider yang dipakai oleh nasabah tersebut.

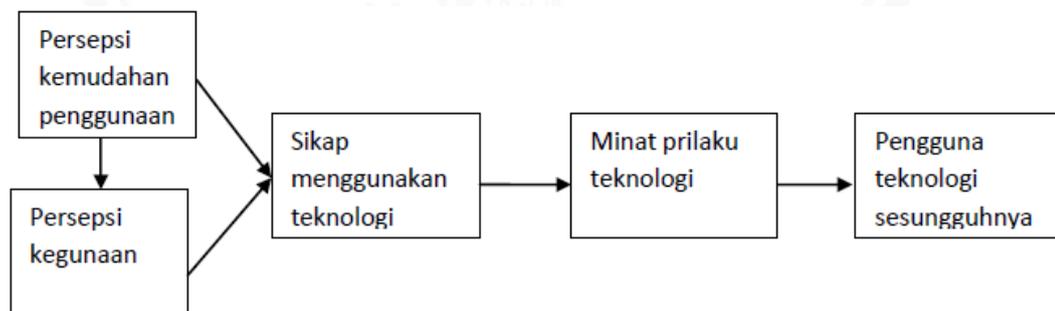
Provider jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan signal.

D. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) yang dirancang khusus untuk pemodelan penerimaan sistem informasi adalah adaptasi dari *Theory Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang

terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi pengguna teknologi informasi akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan sistem informasi sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam konteks pengguna teknologi, sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan sistem informasi menjadikan tindakan/perilaku orang tersebut sebagai tolak ukur dalam penerimaan sebuah sistem.

Konsep *Technology Acceptance Model* dikembangkan oleh Davis (1989), sebuah teori yang menawarkan menjadi landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sistem informasi (Handayani, 2007). Model TAM yang dikembangkan dari teori psikologis, menjelaskan perilaku pengguna komputer yaitu berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*).



Gambar 2. Techonology Acceptance Model

Sumber: Davis, 1986 dalam Jogyanto, 2007

1. **Konstruk-Konstruk *Technology Acceptance Model***

Davis (1986) menjelaskan bahwa tingkat penerimaan pengguna teknologi informasi (*information technology acceptance*) ditentukan oleh 5 konstruk, yaitu:

a. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use/PEOU*)

Dalam Davis (1989), *perceived ease of use* sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Definisi tersebut juga didukung oleh Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Davis *et al.* (1989), Davis (1993) dan Shun Wang *et al.* (2003) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai ukuran dimana pengguna di masa yang akan datang menganggap suatu sistem adalah bebas hambatan. Davis (1989) menyebutkan indikator yang digunakan untuk mengukur *perceived ease of use* yaitu mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, serta mudah digunakan. Menurut Rigopoulos dan Askounis (2007), serta Yahyapour (2008) *perceived ease of use* juga dapat diukur melalui indikator jelas dan mudah dimengerti, serta mudah dikuasai.

b. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*)

Perceived usefulness didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi

orang yang menggunakannya (Davis, 1989 ; Davis, 1993). Disebutkan pula pada Davis *et al.* (1989) persepsi terhadap kemanfaatan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi. Hal serupa juga diungkapkan Shun Wang *et al.* (2003) bahwa persepsi kemanfaatan merupakan definisi dimana seseorang percaya dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja mereka. Davis (1989) mengkonsepkan bahwa *perceived usefulness* diukur melalui indikator seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, menjadikan pekerjaan lebih mudah serta secara keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat. Dalam Yahyapour (2008) ditambahkan bahwa *perceived usefulness* dapat diukur dengan indikator meningkatkan produktivitas, menjadikan kerja lebih efektif, dan pekerjaan menjadi lebih cepat.

c. Sikap menggunakan teknologi (*attitude toward using*)

Attitude toward using dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Davis, 1993). Sikap menjelaskan penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi (Hoppe *et al.* 2001). Dalam Widyarini (2009) disebutkan sikap menyatakan apa yang kita sukai dan tidak. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif/cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*), dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku

(*behavioral components*). Sikap dalam Yahyapour (2008) didefinisikan sebagai salah satu bentuk evaluasi terhadap konsekuensi telah melaksanakan suatu perilaku. Menurut Kusuma dan Susilowati (2007) serta Yahyapour (2008), *attitude toward using internet banking* diukur dengan indikator teknologi *internet banking* menyenangkan untuk digunakan, menggunakan *internet banking* merupakan ide yang bagus, penggunaan *internet banking* dinilai perlu, menghimbau semua bank menggunakan internet, serta menggunakan *internet banking* merupakan ide yang bijaksana.

E. Hubungan Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan dengan Penggunaan *Mobile Banking*

Kemanfaatan penggunaan teknologi informasi dapat dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut memberikan kontribusi positif. Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan teknologi informasi (secara manual). Pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa sistem informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

Konteks bahasan pengguna dalam penelitian ini mengarah pada minat berperilaku dalam menggunakan teknologi informasi. Penelitian mengenai minat berperilaku yang mendasari penggunaan suatu teknologi informasi telah dilakukan oleh Davis (1989) yang melahirkan suatu model penelitian sistem berbasis berperilaku yang dikenal sebagai *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan mengandalkan dua konstruk dasar yang sering digunakan dalam model penelitian, yakni persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*). Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Morris dan Dillon (1997) menemukan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat pemanfaatan Netscape sebagai *software* aplikasi. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian oleh Lim (2012) yang membuktikan bahwa persepsi kegunaan juga berpengaruh positif terhadap minat konsumen untuk menggunakan layanan *e-shopping*. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Lai (2012) pada pengguna layanan *e-wallet* juga konsisten dengan penelitian sebelumnya, yakni persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *e-wallet*. Sikap penggunaan *mobile banking* sebagai salah satu bentuk penelitian berperilaku dilakukan dengan berbagai model pendekatan dan memunculkan riset gap sehingga memberikan peluang untuk membangun model penelitian sesuai setting amatan dalam penelitian ini yang sekaligus menunjukkan keunikan penelitian

F. Model Konsep dan Model Hipotesis Penelitian

1. Model Konsep

Uraian dalam tinjauan pustaka digunakan untuk menyusun kerangka atau konsep yang akan digunakan dalam riset. *Internet banking* merupakan suatu inovasi sistem perbankan yang menawarkan kemudahan kepada para nasabah bank untuk melakukan transaksi jasa keuangan non-tunai dalam suatu lingkungan semu melalui jaringan internet.

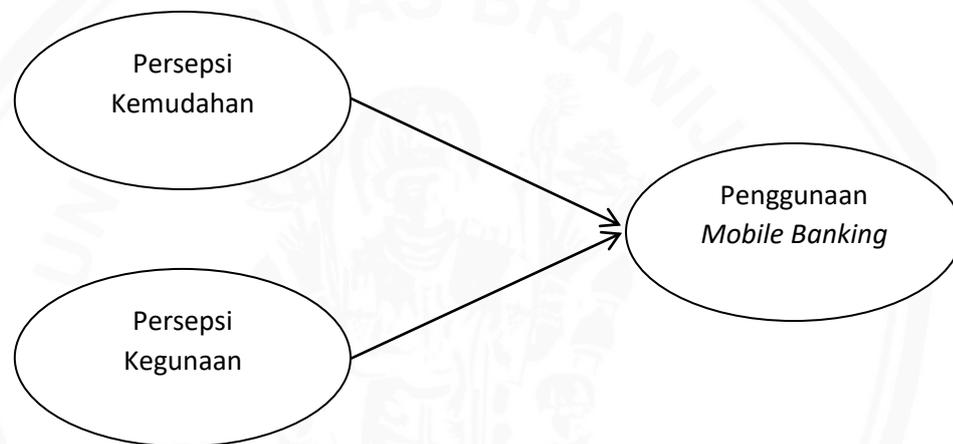
Technology Acceptance Model (TAM), merupakan model yang populer dan banyak digunakan dalam berbagai penelitian mengenai proses adopsi teknologi informasi termasuk *internet banking*. Kesederhanaan (*parsimony*) dan kemampuan menjelaskan (*explanatory power*) hubungan sebab akibat merupakan alasan utama penggunaan model TAM. Model TAM dibentuk dari 2 keyakinan individual, yaitu Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Kegunaan (X2) yang menjadi sumber utama kerangka penelitian ini.

Berdasarkan landasan teori yang telah disebutkan diatas dan penelitian-penelitian terdahulu dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang yang memahami kemudahan penggunaan dari suatu teknologi informasi, berharap bahwa teknologi tersebut akan memberikan manfaat bagi dirinya sendiri, sehingga dengan faktor kemudahan penggunaan ini akan membentuk sikap seseorang untuk memilih teknologi informasi yang dimaksud, karena diharapkan akan meningkatkan kinerjanya.

Demikian pula, ketika nasabah (pengguna) memiliki persepsi tentang kemudahan penggunaan produk tersebut untuk digunakan, maka kemungkinan

sikap positif dalam mengadopsi produk tersebut menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hal ini, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan diasumsikan menjadi dua variabel eksternal yang mempengaruhi sikap pengguna dalam menerima alat-alat teknologi informasi. Dan juga persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi persepsi kegunaan.

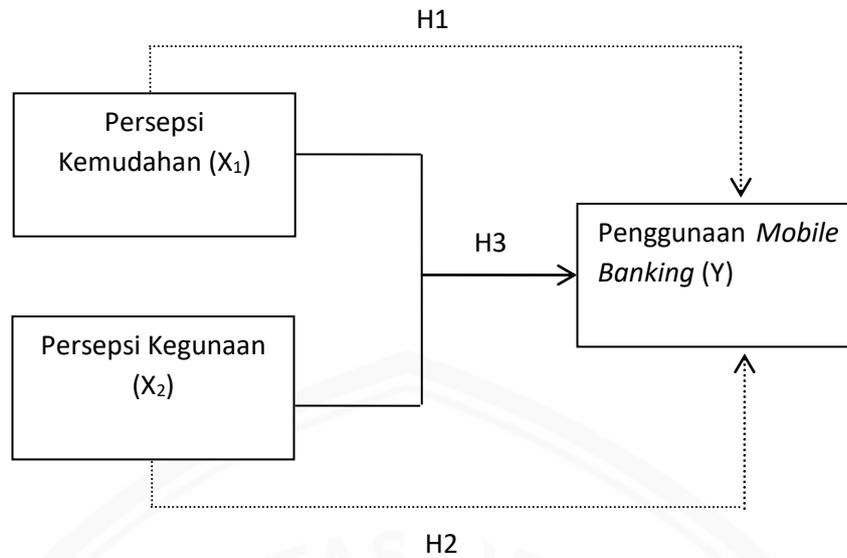
Berdasarkan kajian tersebut maka disusun model konsep sebagai berikut:



Gambar 3. Model Konsep
Sumber: data diolah, 2017

2. Model Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010:93) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Model hipotesis dalam penelitian ini adalah:



Gambar 4. Model Hipotesis

Sumber: data diolah, 2017

Keterangan :

.....→ : Pengaruh parsial

————→ : Pengaruh simultan

H1. Persepsi Kemudahan (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Y)

H2. Persepsi Kegunaan (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Y)

H3. Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Kegunaan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian explanatory research dengan pendekatan kuantitatif karena tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan ekspektasi kinerja. Menurut Singarimbun dan Effendi (2008:5), “Penelitian penjelasan (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang pengujian hipotesisnya telah ditentukan sebelumnya”.

Menurut Sugiyono (2010:13), “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Penelitian ini nantinya menjelaskan hubungan antara Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Kegunaan (X_2) sebagai variabel independen dan Niat untuk Penggunaan *Mobile Banking* (Y) sebagai variabel dependen.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat diadakannya suatu penelitian, peneliti juga berharap dapat menangkap keadaan yang sebenarnya dari obyek yang diteliti termasuk ciri-ciri lokasi, lingkungannya serta segala kegiatan yang ada di dalamnya. Adapun lokasi penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Brawijaya di Kota Malang.

C. Variabel dan Pengukurannya

Sebuah penelitian membutuhkan variabel, definisi operasional dan skala pengukuran agar peneliti dapat menentukan apa saja yang akan diteliti, data apa saja yang dibutuhkan dan menentukan bagaimana cara mengukurnya untuk dapat dijadikan sebagai pedoman bagi peneliti dalam melakukan penelitiannya.

1. Variabel

Kerlinger dalam Sugiyono (2010:58) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang dipelajari sedangkan Kidder dalam Sugiyono (2010:59) menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel independen (X) yang terdiri dari Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Kegunaan (X_2) dan variabel dependen yaitu Penggunaan *Mobile Banking* (Y).

2. Definisi Operasional

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:134), “Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dan atau konstruk dengan cara memberikan arti atau melakukan spesifikasi kegiatan maupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel”. Berdasarkan pendapat tersebut, di dalam definisi operasional akan dipaparkan definisi variabel secara lebih spesifik. Definisi operasional dalam penelitian ini yaitu :

a. Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012 h. 59). **Variabel independen** adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan sehingga menimbulkan variabel terikat (dependen). Variabel ini disebut dengan variabel bebas, variabel kuasa, variabel pengaruh, variabel stimulus, variabel resiko dan lain-lain. Dalam penelitian, variabel independen adalah variabel yang dapat **dimanipulasikan** atau dibuat-buat oleh peneliti tersebut. Variabel independen dapat disebut dengan **variabel bebas** karena dapat mempengaruhi variabel lainnya. Atau dengan kata lain variabel independen merupakan variabel penyebab. Untuk melihat hubungan di antara fenomena atau peristiwa yang diteliti atau diamati, peneliti akan mengukur, memilih, dan memanipulasi faktor-faktornya hal ini disebut dengan variabel independen (bebas). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Persepsi Kegunaan (X_1) dan Persepsi Kemudahan (X_2).

b. Variabel dependen

Variabel dependen (variabel terikat) biasa disebut sebagai variabel *output*, kriteria, dan konsekuen. Variabel dependen sendiri merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:59). Besarnya perubahan pada variabel dependen ditentukan dengan besarnya variabel independen (bebas).

Variabel dependen diberikan peluang oleh variabel independen yaitu sebesar koefisien perubahan dalam variabel independen tersebut. **Artinya** terjadinya suatu perubahan di variabel dependen dalam setiap satuan hal ini diakibatkan karena terjadinya perubahan dalam satuan variabel independen. Variabel dependen **tidak dimanipulasi** atau dibuat-buat, melainkan diamati variasinya sebagai hasil hipotesa yang berasal dari variabel independen (bebas). Biasanya variabel dependen adalah suatu keadaan yang hendak dijelaskan. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Penggunaan *Mobile Banking* (Y).

Tabel 2. Variabel dan Item

No	Variabel	Item
1.	Persepsi Kemudahan (X ₁) (Davis 1989)	Paham saat menggunakan <i>mobile banking</i> .
		Sedikit melakukan kesalahan saat menggunakan <i>mobile banking</i> .
		Menggunakan <i>mobile banking</i> tidak membuat frustrasi.
		Tidak perlu berkonsultasi dengan pengguna saat menggunakan <i>mobile banking</i> .
		Menggunakan <i>mobile banking</i> tidak memerlukan banyak usaha.
		Sedikit menemukan kesalahan saat menggunakan <i>mobile banking</i> .
		<i>Mobile banking</i> itu fleksibel untuk digunakan.
		Mudah menggunakan <i>mobile banking</i> untuk melakukan apa yang diinginkan.
		Jarang terjadi hal yang tidak terduga saat menggunakan <i>mobile banking</i> .
		Kegiatan perbankan menjadi praktis menggunakan <i>mobile banking</i> .
		Menggunakan <i>mobile banking</i> mudah dimengerti.

Lanjutan Tabel 2. Variabel dan *Item*

No	Variabel	Item
		Mudah melakukan kegiatan perbankan menggunakan <i>mobile banking</i> .
		<i>Mobile banking</i> memberikan panduan yang bermanfaat dalam melakukan kegiatan perbankan.
		Secara keseluruhan, menggunakan <i>mobile banking</i> mudah untuk digunakan.
2.	Persepsi Kegunaan (X_2) (Davis 1989)	Kegiatan perbankan akan sulit dilakukan tanpa menggunakan <i>mobile banking</i> .
		Menggunakan <i>mobile banking</i> memberi kendali lebih besar kegiatan perbankan.
		Menggunakan <i>mobile banking</i> meningkatkan kegiatan perbankan.
		Sistem <i>mobile banking</i> memenuhi kebutuhan kegiatan perbankan.
		Menggunakan <i>mobile banking</i> menghemat waktu.
		<i>Mobile banking</i> memungkinkan menyelesaikan kegiatan perbankan dengan lebih cepat.
		<i>Mobile banking</i> mendukung kegiatan perbankan yang mendesak.
		Menggunakan <i>mobile banking</i> memungkinkan saya untuk mencapai lebih banyak kegiatan perbankan daripada yang seharusnya dilakukan
		Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu.
		Menggunakan <i>mobile banking</i> meningkatkan efektivitas dalam kegiatan perbankan.
		Menggunakan <i>mobile banking</i> meningkatkan kualitas perbankan.
		Menggunakan <i>mobile banking</i> meningkatkan produktivitas kegiatan perbankan.
		Menggunakan <i>mobile banking</i> memudahkan kegiatan perbankan.
		Secara keseluruhan, <i>mobile banking</i> berguna dalam kegiatan perbankan.
	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y) (Alharbi dan Drew, 2014)	Menggunakan <i>mobile banking</i> itu ide yang bagus.
		Suka menggunakan <i>mobile banking</i> .
		Menggunakan <i>mobile banking</i> adalah ide yang positif.

Sumber: Data sekunder diolah peneliti (2017)

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2010:132), “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Berdasarkan *item-item* yang disebutkan pada definisi operasional selanjutnya akan dijadikan acuan dalam menyusun daftar pernyataan pada kuesioner. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang kemudian akan diberi skor pada jawaban responden. Berikut adalah tabel yang menunjukkan pemberian skor pada jawaban responden.

Tabel 3. Skala Pengukuran Jawaban Responden

No.	Skala Pengukuran Jawaban Responden	Skor
1.	Sangat setuju/selalu	5
2.	Setuju/sering/positif	4
3.	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
4.	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
5.	Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

(Sumber: Sugiyono, 2010:133)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh objek atau individu yang menjadi sasaran penelitian. Populasi adalah semua bagian atau anggota dari objek yang akan diamati (Eriyanto; 2007:61). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas Brawijaya yang menggunakan *mobile banking*. Populasi Mahasiswa Universitas Brawijaya yang menggunakan *mobile banking* tidak diketahui.

2. Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *non probability sampling*, karena populasi yang diteliti infinite (populasi yang jumlah dan identitas anggota populasi tidak diketahui) selain itu juga dilakukan pengambilan sampel secara *Insidental Sampling (Convenience Sampling)* adalah prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Sedangkan menurut Sugiyono (2004:77) *Insidental Sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dengan kriteria utamanya adalah orang tersebut merupakan konsumen atau pembeli (*user*) pengguna *mobile banking* pada mahasiswa Universitas Brawijaya Malang.

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah kosumen (*user*) pengguna *mobile banking* pada mahasiswa Universitas Brawijaya Malang. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus (Riduwan 2004: 66) :

$$n = (0,25) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{\varepsilon} \right)^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan

ε = Kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai $Z_{\alpha/2}$ adalah 1,959. tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 10%. Maka dari perhitungan tersebut rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan yaitu:

$$n = (0,25) \left(\frac{1,959}{0,1} \right)^2$$

$$n = 95,9$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, sampel yang diambil sebanyak 95,9 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka dibulatkan menjadi 96 orang berikut ini sebagian sampel dari setiap lokasi penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:190) berdasarkan cara memperolehnya data dibagi menjadi dua yaitu :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data primer dalam penelitian ini didapatkan melalui kuesioner yang dibuat oleh peneliti kemudian kuesioner diberikan kepada responden untuk dijawab. Peneliti bergabung kedalam *grup Line* fakultas dan memberikan pertanyaan kepada pengguna *mobile banking*. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan *google form*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Data ini diperoleh bukan melalui peneliti sendiri melainkan melalui pihak lain yang mengeluarkan data tersebut. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain: data mengenai *mobile banking* di Indonesia.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. Metode Kuisisioner

Menurut Hadjar dalam Taniredja dan Mustafidah (2011:44), “Kuisisioner (angket) merupakan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subyek, baik secara individual atau kelompok, untuk mendapatkan informasi tertentu seperti preferensi, keyakinan, minat dan perilaku”. Peneliti bergabung kedalam *grup Line* fakultas dan memberikan pertanyain kepada pengguna *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan kuisisioner yang berisi daftar pernyataan-pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk ditanggapi dalam bentuk *google form*.

b. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah penelitian yang didapat melalui dokumen-dokumen perusahaan yang akan diteliti. Data dokumentasi dari perusahaan meliputi, sejarah perusahaan, data mengenai karyawan, struktur organisasi beserta tugas masing-masing jabatan.

3. Instrumen Penelitian

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:46), “Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah penelitian atau mencapai tujuan penelitian”. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Peneliti membuat kuesioner yang berisikan daftar pernyataan-pernyataan untuk kemudian diberikan kepada responden untuk dijawab.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian dikatakan valid jika data yang didapat sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan, serta penelitian yang reliabel adalah penelitian yang memiliki kemiripan data pada waktu yang berbeda dari yang sebelumnya. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kevalidan dan kehandalan dari instrumen penelitian yang digunakan.

1. Uji Validitas

Menurut Nasution (2011), suatu alat pengukur dikatakan valid jika alat itu mengukur apa yang harus diukur oleh alat itu. Menurut Umar (2010),” Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan”. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment pearson* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Sumber :Sumarsono 2004:222)

Keterangan :

- r_y = Koefisien korelasi
 X = Jumlah skor tiap item
 Y = Jumlah skor seluruh item
 n = Jumlah responden

Setelah nilai r (disebut dengan r hitung) diperoleh maka selanjutnya membandingkan antara probabilitas r dengan α yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05. Bila probabilitas hasil korelasi lebih besar sama dengan 0,05 maka dinyatakan valid apabila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan tidak valid.

Pengujian validitas yang dilakukan dengan melalui program SPSS ver. 20.0 dengan menggunakan korelasi product moment menghasilkan nilai masing-masing item pernyataan dengan skor item pertanyaan secara keseluruhan dan untuk lebih jelasnya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Validitas Variabel

Item	r hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.462	0.000	0.3	Valid
X1.2	0.641	0.000	0.3	Valid
X1.3	0.648	0.000	0.3	Valid
X1.4	0.613	0.000	0.3	Valid
X1.5	0.672	0.000	0.3	Valid
X1.6	0.720	0.000	0.3	Valid
X1.7	0.636	0.000	0.3	Valid
X1.8	0.678	0.000	0.3	Valid
X1.9	0.757	0.000	0.3	Valid
X1.10	0.790	0.000	0.3	Valid
X1.11	0.685	0.000	0.3	Valid
X1.12	0.588	0.000	0.3	Valid
X1.13	0.724	0.000	0.3	Valid

Item	r hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
X1.14	0.638	0.000	0.3	Valid
X2.1	0.785	0.000	0.3	Valid
X2.2	0.794	0.000	0.3	Valid
X2.3	0.751	0.000	0.3	Valid
X2.4	0.700	0.000	0.3	Valid
X2.5	0.792	0.000	0.3	Valid
X2.6	0.829	0.000	0.3	Valid
X2.7	0.749	0.000	0.3	Valid
X2.8	0.741	0.000	0.3	Valid
X2.9	0.691	0.000	0.3	Valid
X2.10	0.598	0.000	0.3	Valid
X2.11	0.717	0.000	0.3	Valid
X2.12	0.718	0.000	0.3	Valid
X2.13	0.543	0.000	0.3	Valid
X2.14	0.601	0.000	0.3	Valid
Y1	0.886	0.000	0.3	Valid
Y2	0.925	0.000	0.3	Valid
Y3	0.898	0.000	0.3	Valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut Nasution (2011) suatu alat pengukur dikatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Artinya, alat yang reliabel secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *alpha cronbach* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Sumber :Umar 2008:56)

Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyak butir pernyataan

$$\sigma_r^2 = \text{varians total}$$

$$\sum \sigma b^2 = \text{jumlah varians butir}$$

Dasar pengambilan keputusan apakah suatu *item* atau variabel reliabel atau tidak adalah nilai *alpha croncbach* lebih dari 0,6 maka *item* pernyataan tersebut dikatakan reliabel dan begitu sebaliknya jika nilai *alpa croncbach* kurang dari 0,6 maka *item* pernyataan tersebut dikatakan tidak reliabel.

Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut sudah reliabel (handal).

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan (X1)	0,897	Reliabel
2	Persepsi Kegunaan (X2)	0,925	Reliabel
3	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y)	0,885	Reliabel

Dari Tabel 5 diketahui bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran tentang karakteristik dan sebagaimana adanya serta menyusun tabel distribusi frekuensi dengan menggunakan data kuesioner yang telah diberikan kepada responden.

Berdasarkan analisis deskriptif kemudian diperoleh skor, frekuensi, persentase, serta *mean* jawaban responden dan masing-masing *item* variabel yang menggambarkan tanggapan responden terhadap setiap *item* pernyataan yang diberikan pada setiap variabel. Berdasarkan skor yang diperoleh pada masing-masing *item* variabel tersebut kemudian dianalisis guna mengungkapkan fenomena yang terdapat pada setiap variabel sesuai dengan persepsi responden yang mana hal tersebut nantinya digunakan sebagai masukan bagi organisasi dimana penelitian ini dilakukan.

2. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini telah baik dan tidak bias. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini berguna untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Metode yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini yakni *kolmogorov-smirnov*. Pengambilan keputusan :

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

b. Uji Multikolineritas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antarvariabel independen. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Mendeteksi adanya multikolinieritas dalam penelitian ini dilihat dari *Value Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolinieritas, sebaliknya apabila $VIF < 10$ atau nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berguna untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antardata yang ada pada variabel-variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan *durbin waston test* untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidsaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heterokedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan uji *scatter plot*:

- 1) Jika ada titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas

Guna menghilangkan unsur-unsur subjektifitas grafik, terutama jika poin-poin yang ada berjumlah besar, maka perlu di uji kembali melalui perhitungan *Spearman Bivariate Correlation* dengan standar sebagai berikut :

- 1) Jika angka signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model regresi diterima dan tidak terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika angka signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model regresi ditolak dan terjadi heterokedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda ini untuk menyatakan seberapa besar pengaruh naik turunnya nilai variabel terikat terhadap dua atau lebih variabel bebas.

Rumus yang dipakai untuk analisis regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

(Sumber :Sugiyono, 2010 : 277)

Keterangan :

- Y = variabel dependen (Penggunaan *Mobile Banking*)
 a = bilangan Konstanta
 b₁b₂ = koefisien regresi variabel bebas
 X₁ = variabel independen (Persepsi Kemudahan)
 X₂ = variabel independen (Persepsi Kegunaan)

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda akan diperoleh nilai koefisien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh dari masing-masing variabel

independen yaitu Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap variabel dependen yaitu Penggunaan *Mobile Banking*. Koefisien regresi merupakan koefisien (nilai) yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur variabel-variabel mana yang berpengaruh paling tinggi dan paling rendah terhadap variabel dependen.

H. Uji Hipotesis

1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji kebenaran hipotesis pertama dalam penelitian ini. Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen yaitu Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu Penggunaan *Mobile Banking*. Rumus Uji F yaitu :

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

(Sumber: Sumarsono, 2004:225)

Keterangan :

- R^2 = koefisien determinasi
- k = jumlah variabel bebas
- N = jumlah sampel

Hipotesis yang digunakan yaitu:

- a. H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.
- b. H_1 : Terdapat pengaruh signifikan antara Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu :

- a. $H_0 : F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan Nilai Sig $\geq 0,05$
- b. $H_1 : F_{hitung} > F_{tabel}$ dan Nilai Sig $< 0,05$

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel independen yaitu Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan secara parsial terhadap variabel dependen yaitu Penggunaan *Mobile Banking*, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel independen apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Rumus Uji t yaitu :

$$t = \frac{\beta_i - \beta_i}{Se(\beta_i)}$$

(Sumber: Sumarsono, 2004:226)

Keterangan :

- β_i = koefisien regresi
 $Se(\beta_i)$ = standar deviasi

Uji t mempunyai kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Mahasiswa

Mahasiswa adalah pelajar perguruan tinggi serta dalam struktur pendidikan Indonesia menduduki jenjang satuan [pendidikan](#) tertinggi di antara yang lainnya (KBBI). Mahasiswa merupakan insan-insan calon sarjana yang terlibat dalam suatu instansi perguruan tinggi, dididik serta di harapkan menjadi calon – calon intelektual (Suwono, 1978). Mahasiswa merupakan setiap orang yang secara resmi telah terdaftar untuk mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan batas usia sekitar antara 18–30 tahun. Mahasiswa adalah suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh status karena memiliki ikatan dengan perguruan tinggi. Mahasiswa juga merupakan seorang calon intelektual ataupun cendekiawan muda dalam suatu lapisan masyarakat yang sering kali syarat dengan berbagai predikat dalam masyarakat itu sendiri (Suwono, 1978).

2. Mahasiswa Universitas Brawijaya

Universitas Brawijaya merupakan salah satu universitas negeri di Malang. Universitas Brawijaya berdiri pada tanggal 5 Januari 1963 yang bertempat di Kota Malang Jawa Timur. Saat ini Universitas Brawijaya memiliki 16 fakultas. Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang berusia berkisar antara 17-30 tahun. Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang berasal dari berbagai macam daerah seperti Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, Papua, NTT, NTB,



dan Jawa. Setiap daerah memiliki himpunan daerahnya masing-masing. Banyaknya mahasiswa yang menuntut ilmu di Universitas Brawijaya Malang mengharuskan mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*. *Mobile banking* dapat mempermudah proses transaksi dari berbagai daerah langsung ke rekening mahasiswa yang bersangkutan.

J. Karakteristik Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada sebagian mahasiswa yang berjumlah 96 responden, maka dapat diperoleh gambaran karakteristik responden berdasarkan usia responden dan jenis kelamin responden. Gambaran karakteristik responden secara rinci adalah sebagai berikut :

1. Usia Responden

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 6 berikut :

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
17 - 22 Tahun	33	34.375
23 - 26 Tahun	63	65.625
Jumlah	96	100

(Sumber : data primer diolah)

Berdasarkan tabel 6 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berusia 17–22 tahun sebanyak 33 responden atau 34,375%, dan yang berusia 23–26 tahun sebanyak 63 responden atau 65,625%.

2. Jenis Kelamin Responden

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 7 berikut :

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	61	63.54
Perempuan	35	36.46
Total	96	100

(Sumber : data primer diolah)

Berdasarkan tabel 7 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 61 responden atau 63,54%, sedangkan perempuan sebanyak 35 responden atau 36,46%. Berdasarkan data tersebut, maka responden yang paling banyak adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 61 orang atau 63,54%.

K. Uji Instrumen Penelitian

Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan sebagai alat analisa. Oleh karena itu dalam analisa yang dilakukan lebih bertumpu pada skor responden pada tiap-tiap amatan. Sedangkan benar tidaknya skor responsi tersebut tergantung pada pengumpulan data. Instrumen pengumpulan data yang baik harus memenuhi 2 persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

1. Uji Validitas

Pengujian validitas sangat diperlukan dalam suatu penelitian, khususnya yang menggunakan kuisisioner dalam memperoleh data. Pengujian validitas

dimaksudkan untuk mengetahui keabsahan menyakngkut pemahaman mengenai keabsahan antara konsep dan kenyataan empiris. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur atau dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing faktor atau variabel dengan total faktor atau variabel tersebut dengan menggunakan korelasi (r) product moment.

Kriteria pengujian untuk menerima atau menolak hipotesis adanya pernyataan yang valid atau tidak dapat dilakukan dengan:

$H_0 : r = 0$, tidak terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan (α) 5%.

$H_1 : r \neq 0$, terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan (α) 5%.

Hipotesa nol (H_0) diterima apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, demikian sebaliknya hipotesa alternatif (H_1) diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Pengujian validitas yang dilakukan dengan melalui program SPSS ver. 20.0 dengan menggunakan korelasi product moment menghasilkan nilai masing-masing item pernyataan dengan skor item pertanyaan secara keseluruhan dan untuk lebih jelasnya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 8. Uji Validitas Variabel

Item	r hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.462	0.000	0.3	Valid
X1.2	0.641	0.000	0.3	Valid
X1.3	0.648	0.000	0.3	Valid
X1.4	0.613	0.000	0.3	Valid
X1.5	0.672	0.000	0.3	Valid
X1.6	0.720	0.000	0.3	Valid
X1.7	0.636	0.000	0.3	Valid
X1.8	0.678	0.000	0.3	Valid
X1.9	0.757	0.000	0.3	Valid
X1.10	0.790	0.000	0.3	Valid
X1.11	0.685	0.000	0.3	Valid
X1.12	0.588	0.000	0.3	Valid
X1.13	0.724	0.000	0.3	Valid
X1.14	0.638	0.000	0.3	Valid
X2.1	0.785	0.000	0.3	Valid
X2.2	0.794	0.000	0.3	Valid
X2.3	0.751	0.000	0.3	Valid
X2.4	0.700	0.000	0.3	Valid
X2.5	0.792	0.000	0.3	Valid
X2.6	0.829	0.000	0.3	Valid
X2.7	0.749	0.000	0.3	Valid
X2.8	0.741	0.000	0.3	Valid
X2.9	0.691	0.000	0.3	Valid
X2.10	0.598	0.000	0.3	Valid
X2.11	0.717	0.000	0.3	Valid
X2.12	0.718	0.000	0.3	Valid
X2.13	0.543	0.000	0.3	Valid
X2.14	0.601	0.000	0.3	Valid
Y1	0.886	0.000	0.3	Valid
Y2	0.925	0.000	0.3	Valid
Y3	0.898	0.000	0.3	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 8 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig. r item pertanyaan lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 0.05$) yang berarti tiap-tiap item variabel adalah valid,

sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, keajegan dan ketepatan suatu alat ukur atau uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Arikunto menjelaskan tentang reliabilitas sebagai berikut :

“Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik “

Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut sudah reliabel (handal).

Tabel 9. Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan (X1)	0,897	Reliabel
2	Persepsi Kegunaan (X2)	0,925	Reliabel
3	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y)	0,885	Reliabel

Sumber: Data primer diolah

Dari Tabel 9 diketahui bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

L. Analisis Data Deskriptif

Dalam bagian ini membahas mengenai distribusi *item* dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemudahan (X_1)

Variabel Persepsi Kemudahan terdapat sepuluh item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemudahan (X_1)

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X1.1	18	18.75	49	51.04	22	22.92	7	7.29	0	0.00	96	100	3.81
X1.2	21	21.88	43	44.79	25	26.04	7	7.29	0	0.00	96	100	3.81
X1.3	27	28.13	49	51.04	15	15.63	5	5.21	0	0.00	96	100	4.02
X1.4	21	21.88	26	27.08	37	38.54	11	11.46	1	1.04	96	100	3.57
X1.5	19	19.79	56	58.33	17	17.71	4	4.17	0	0.00	96	100	3.94
X1.6	17	17.71	50	52.08	21	21.88	8	8.33	0	0.00	96	100	3.79
X1.7	26	27.08	47	48.96	21	21.88	2	2.08	0	0.00	96	100	4.01
X1.8	13	13.54	61	63.54	20	20.83	2	2.08	0	0.00	96	100	3.89
X1.9	10	10.42	49	51.04	28	29.17	9	9.38	0	0.00	96	100	3.63
X1.10	26	27.08	57	59.38	10	10.42	3	3.13	0	0.00	96	100	4.10
X1.11	11	11.46	60	62.50	22	22.92	3	3.13	0	0.00	96	100	3.82
X1.12	15	15.63	64	66.67	15	15.63	2	2.08	0	0.00	96	100	3.96
X1.13	16	16.67	50	52.08	27	28.13	2	2.08	1	1.04	96	100	3.81
X1.14	19	19.79	62	64.58	13	13.54	2	2.08	0	0.00	96	100	4.02
													3.87

Sumber : data primer diolah

Pada Tabel 10 dapat diketahui bahwa dari 96 responden, didapatkan penilaian responden tentang variabel Persepsi Kemudahan. Hasil perhitungan nilai rata – rata variabel persepsi Kemudahan sebesar 3,87. Artinya responden merasa

mendapatkan banyak manfaat dengan adanya Mobile Banking karena penilaian responden memiliki kategori yang baik.

a. Item paham saat menggunakan mobile banking (X_{1.1}).

Pada item paham saat menggunakan mobile banking (X_{1.1}). Sebanyak 18 responden (18,75%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 49 responden (51,04%) menyatakan setuju, sebanyak 22 responden (22,92%) menyatakan netral, dan sebanyak 7 responden (7,29%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 3,81 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa paham saat menggunakan mobile banking.

b. Item sedikit melakukan kesalahan saat menggunakan *mobile banking* (X_{1.2}).

Pada item sedikit melakukan kesalahan saat menggunakan *mobile banking* (X_{1.2}). Sebanyak 21 responden (21,88%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 43 responden (44,79%) menyatakan setuju, sebanyak 25 responden (26,04%) menyatakan netral, dan sebanyak 7 responden (7,29%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 3,81 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa sedikit melakukan kesalahan saat menggunakan mobile banking.

c. Item menggunakan mobile banking tidak membuat frustrasi (X_{1.3}).

Pada item menggunakan mobile banking tidak membuat frustrasi (X_{1.3}). Sebanyak 27 responden (28,13%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 49

responden (51,04%) menyatakan setuju, sebanyak 15 responden (15,63%) menyatakan netral, dan sebanyak 5 responden (5,21%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,02 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa menggunakan mobile banking tidak membuat frustrasi.

d. Item tidak perlu berkonsultasi dengan pengguna saat menggunakan *mobile banking* (X_{1.4}).

Pada item tidak perlu berkonsultasi dengan pengguna saat menggunakan mobile banking (X_{1.4}). Sebanyak 21 responden (21,88%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 26 responden (27,08%) menyatakan setuju, sebanyak 37 responden (38,54%) menyatakan netral, sebanyak 11 responden (11,46%) menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 1 responden (1,04%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 3,57 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden netral bahwa tidak perlu berkonsultasi dengan pengguna saat menggunakan *mobile banking*.

e. Item menggunakan *mobile banking* tidak memerlukan banyak usaha (X_{1.5}).

Pada item menggunakan *mobile banking* tidak memerlukan banyak usaha (X_{1.5}). Sebanyak 19 responden (19,79%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 responden (58,33%) menyatakan setuju, sebanyak 17 responden (17,71%) menyatakan netral, dan sebanyak 4 responden (4,17%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata

rata 3,94 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa menggunakan mobile banking tidak memerlukan banyak usaha.

f. Item sedikit menemukan kesalahan saat menggunakan *mobile banking* (X_{1.6}).

Pada item sedikit menemukan kesalahan saat menggunakan *mobile banking* (X_{1.6}). Sebanyak 17 responden (17,71%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 50 responden (52,08%) menyatakan setuju, sebanyak 21 responden (21,88%) menyatakan netral, dan sebanyak 8 responden (8,33%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 3,79 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa sedikit menemukan kesalahan saat menggunakan mobile banking.

g. Item *mobile banking* itu fleksibel untuk digunakan (X_{1.7}).

Pada item *mobile banking* itu fleksibel untuk digunakan (X_{1.7}). Sebanyak 26 responden (27,08%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 47 responden (48,96%) menyatakan setuju, sebanyak 21 responden (21,88%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,01 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa *mobile banking* itu fleksibel untuk digunakan.

h. Item mudah menggunakan *mobile banking* untuk melakukan apa yang diinginkan (X_{1.8}).

Pada item mudah menggunakan *mobile banking* untuk melakukan apa yang diinginkan ($X_{1.8}$). Sebanyak 13 responden (13,54%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 61 responden (64,54%) menyatakan setuju, sebanyak 20 responden (20,83%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 3,89 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa mudah menggunakan *mobile banking* untuk melakukan apa yang diinginkan.

i. Item jarang terjadi hal yang tidak terduga saat menggunakan *mobile banking* ($X_{1.9}$).

Pada item jarang terjadi hal yang tidak terduga saat menggunakan *mobile banking* ($X_{1.9}$). Sebanyak 10 responden (27,08%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 49 responden (51,04%) menyatakan setuju, sebanyak 28 responden (29,17%) menyatakan netral, dan sebanyak 9 responden (9,38%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 3,63 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa jarang terjadi hal yang tidak terduga saat menggunakan *mobile banking*.

j. Item kegiatan perbankan menjadi praktis menggunakan *mobile banking* ($X_{1.10}$).

Pada item kegiatan perbankan menjadi praktis menggunakan *mobile banking* ($X_{1.10}$). Sebanyak 26 responden (27,08%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 57 responden (59,38%) menyatakan setuju, sebanyak 10

responden (10,42%) menyatakan netral, dan sebanyak 3 responden (3,13%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,10 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa kegiatan perbankan menjadi praktis menggunakan *mobile banking*.

k. Item menggunakan *mobile banking* mudah dimengerti (X_{1.11}).

Pada item menggunakan *mobile banking* mudah dimengerti (X_{1.11}). Sebanyak 11 responden (11,46%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 60 responden (62,50%) menyatakan setuju, sebanyak 22 responden (22,92%) menyatakan netral, dan sebanyak 3 responden (3,13%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 3,82 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa menggunakan *mobile banking* mudah dimengerti.

l. Item mudah melakukan kegiatan perbankan menggunakan *mobile banking* (X_{1.12}).

Pada item mudah melakukan kegiatan perbankan menggunakan *mobile banking* (X_{1.12}). Sebanyak 15 responden (15,63%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 64 responden (66,67%) menyatakan setuju, sebanyak 15 responden (15,63%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 3,96 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa mudah melakukan kegiatan perbankan menggunakan *mobile banking*.

m. Item *mobile banking* memberikan panduan yang bermanfaat dalam melakukan kegiatan perbankan (X_{1.13}).

Pada item *mobile banking* memberikan panduan yang bermanfaat dalam melakukan kegiatan perbankan (X_{1.13}). Sebanyak 16 responden (16,67%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 50 responden (52,08%) menyatakan setuju, sebanyak 27 responden (28,13%) menyatakan netral, sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 1 responden (1,04%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata-rata 3,81 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa *mobile banking* memberikan panduan yang bermanfaat dalam melakukan kegiatan perbankan.

n. Item secara keseluruhan, menggunakan *mobile banking* mudah untuk digunakan (X_{1.14}).

Pada item secara keseluruhan, menggunakan *mobile banking* mudah untuk digunakan (X_{1.14}). Sebanyak 19 responden (19,79%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 62 responden (64,58%) menyatakan setuju, sebanyak 13 responden (13,54%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata-rata 4,34 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa secara keseluruhan, menggunakan *mobile banking* mudah untuk digunakan.

2. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kegunaan (X_2)

Variabel Persepsi Kegunaan terdapat empat item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada

Tabel 11 :

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kegunaan (X_2)

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X2.1	23	23.96	44	45.83	22	22.92	7	7.29	0	0.00	96	100	3.86
X2.2	28	29.17	53	55.21	11	11.46	4	4.17	0	0.00	96	100	4.09
X2.3	27	28.13	57	59.38	10	10.42	2	2.08	0	0.00	96	100	4.14
X2.4	22	22.92	57	59.38	16	16.67	0	0.00	1	1.04	96	100	4.03
X2.5	63	65.63	31	32.29	1	1.04	1	1.04	0	0.00	96	100	4.63
X2.6	54	56.25	38	39.58	3	3.13	1	1.04	0	0.00	96	100	4.51
X2.7	51	53.13	42	43.75	2	2.08	1	1.04	0	0.00	96	100	4.49
X2.8	24	25.00	44	45.83	26	27.08	2	2.08	0	0.00	96	100	3.94
X2.9	53	55.21	40	41.67	1	1.04	2	2.08	0	0.00	96	100	4.50
X2.10	38	39.58	43	44.79	13	13.54	1	1.04	1	1.04	96	100	4.21
X2.11	27	28.13	51	53.13	18	18.75	0	0.00	0	0.00	96	100	4.09
X2.12	20	20.83	63	65.63	13	13.54	0	0.00	0	0.00	96	100	4.07
X2.13	38	39.58	53	55.21	3	3.13	2	2.08	0	0.00	96	100	4.32
X2.14	41	42.71	49	51.04	4	4.17	2	2.08	0	0.00	96	100	4.34
												4.23	

Sumber : data primer diolah

Pada Tabel 11 dapat diketahui bahwa dari 96 responden, didapatkan penilaian responden tentang variabel Persepsi Kegunaan. Hasil perhitungan nilai rata – rata variabel Persepsi Kegunaan sebesar 4,23. Artinya responden merasa mendapatkan banyak kemudahan dalam menjalankan aplikasi Mobile Banking karena penilaian responden memiliki kategori yang sangat baik.

a. Item kegiatan perbankan akan sulit dilakukan tanpa menggunakan *mobile banking* (X_{2.1}).

Pada item kegiatan perbankan akan sulit dilakukan tanpa menggunakan *mobile banking* (X_{2.1}). Sebanyak 23 responden (23,96%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 44 responden (45,83%) menyatakan setuju, sebanyak 22 responden (22,92%) menyatakan netral, dan sebanyak 7 responden (7,29%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 3,86 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa kegiatan perbankan akan sulit dilakukan tanpa menggunakan *mobile banking*.

b. Item menggunakan *mobile banking* memberi kendali lebih besar kegiatan perbankan (X_{2.2}).

Pada item menggunakan *mobile banking* memberi kendali lebih besar kegiatan perbankan (X_{2.2}). Sebanyak 28 responden (29,17%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 53 responden (55,21%) menyatakan setuju, sebanyak 11 responden (11,46%) menyatakan netral, dan sebanyak 4 responden (4,17%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,09 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa menggunakan *mobile banking* memberi kendali lebih besar kegiatan perbankan.

c. Item menggunakan *mobile banking* meningkatkan kegiatan perbankan (X_{2.3}).

Pada item menggunakan *mobile banking* meningkatkan kegiatan perbankan (X_{2.3}). Sebanyak 27 responden (28,13%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 57 responden (59,38%) menyatakan setuju, sebanyak 10 responden (10,42%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,14 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa menggunakan *mobile banking* meningkatkan kegiatan perbankan.

d. Item sistem *mobile banking* memenuhi kebutuhan kegiatan perbankan (X_{2.4}).

Pada item sistem *mobile banking* memenuhi kebutuhan kegiatan perbankan (X_{2.4}). Sebanyak 22 responden (22,92%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 57 responden (59,38%) menyatakan setuju, sebanyak 16 responden (16,67%) menyatakan netral, dan sebanyak 1 responden (1,04%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,03 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa sistem *mobile banking* memenuhi kebutuhan kegiatan perbankan.

e. Item menggunakan *mobile banking* menghemat waktu (X_{2.5}).

Pada item menggunakan *mobile banking* menghemat waktu (X_{2.5}). Sebanyak 63 responden (65,63%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 31 responden (32,29%) menyatakan setuju, sebanyak 1 responden (1,04%) menyatakan netral, dan sebanyak 1 responden (1,04%) menyatakan tidak

setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,63 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden sangat setuju bahwa menggunakan *mobile banking* menghemat waktu.

f. Item *mobile banking* memungkinkan menyelesaikan kegiatan perbankan dengan lebih cepat (X_{2.6}).

Pada item *mobile banking* memungkinkan menyelesaikan kegiatan perbankan dengan lebih cepat (X_{2.6}). Sebanyak 54 responden (56,25%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 38 responden (39,58%) menyatakan setuju, sebanyak 3 responden (3,13%) menyatakan netral, dan sebanyak 1 responden (1,04%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,51 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden sangat setuju bahwa *mobile banking* memungkinkan menyelesaikan kegiatan perbankan dengan lebih cepat.

g. Item *mobile banking* mendukung kegiatan perbankan yang mendesak (X_{2.7}).

Pada item *mobile banking* mendukung kegiatan perbankan yang mendesak (X_{2.7}). Sebanyak 51 responden (53,13%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 42 responden (43,75%) menyatakan setuju, sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan netral, dan sebanyak 1 responden (1,04%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,49 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden sangat setuju bahwa *mobile banking* mendukung kegiatan perbankan yang mendesak.

- h. Item menggunakan *mobile banking* memungkinkan saya untuk mencapai lebih banyak kegiatan perbankan daripada yang seharusnya dilakukan (X_{2.8}).**

Pada item menggunakan *mobile banking* memungkinkan saya untuk mencapai lebih banyak kegiatan perbankan daripada yang seharusnya dilakukan (X_{2.8}). Sebanyak 24 responden (25,00%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 44 responden (45,83%) menyatakan setuju, sebanyak 26 responden (27,08%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata-rata 3,94 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa menggunakan *mobile banking* memungkinkan saya untuk mencapai lebih banyak kegiatan perbankan daripada yang seharusnya dilakukan.

- i. Item menggunakan *mobile banking* dapat menghemat waktu (X_{2.9}).**

Pada item menggunakan *mobile banking* dapat menghemat waktu (X_{2.9}). Sebanyak 53 responden (55,21%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 40 responden (41,67%) menyatakan setuju, sebanyak 1 responden (1,04%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata-rata 4,50 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden sangat setuju bahwa menggunakan *mobile banking* dapat menghemat waktu.

- j. Item menggunakan *mobile banking* meningkatkan efektivitas dalam kegiatan perbankan (X_{2.10}).**

Pada item menggunakan *mobile banking* meningkatkan efektivitas dalam kegiatan perbankan ($X_{2.10}$). Sebanyak 38 responden (39,58%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 43 responden (44,79%) menyatakan setuju, sebanyak 13 responden (13,54%) menyatakan netral, sebanyak 1 responden (1,04%) menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,04%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,21 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa menggunakan *mobile banking* meningkatkan efektivitas dalam kegiatan perbankan.

k. Item menggunakan *mobile banking* meningkatkan kualitas perbankan ($X_{2.11}$).

Pada item menggunakan *mobile banking* meningkatkan kualitas perbankan ($X_{2.11}$). Sebanyak 27 responden (28,13%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 51 responden (53,13%) menyatakan setuju, dan sebanyak 18 responden (18,75%) menyatakan netral. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,09 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa menggunakan *mobile banking* meningkatkan kualitas perbankan.

l. Item menggunakan *mobile banking* meningkatkan produktivitas kegiatan perbankan ($X_{2.12}$).

Pada item menggunakan *mobile banking* meningkatkan produktivitas kegiatan perbankan ($X_{2.12}$). Sebanyak 20 responden (28,83%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 63 responden (65,63%) menyatakan

setuju, dan sebanyak 13 responden (13,54%) menyatakan netral. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,07 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa menggunakan *mobile banking* meningkatkan produktivitas kegiatan perbankan.

m. Item menggunakan *mobile banking* memudahkan kegiatan perbankan (X_{2.13}).

Pada item menggunakan *mobile banking* memudahkan kegiatan perbankan (X_{2.13}). Sebanyak 38 responden (39,58%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 53 responden (55,21%) menyatakan setuju, sebanyak 3 responden (3,13%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,32 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa menggunakan *mobile banking* memudahkan kegiatan perbankan.

n. Item secara keseluruhan, *mobile banking* berguna dalam kegiatan perbankan (X_{2.14}).

Pada item secara keseluruhan, *mobile banking* berguna dalam kegiatan perbankan (X_{2.14}). Sebanyak 41 responden (42,71%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 49 responden (51,04%) menyatakan setuju, sebanyak 4 responden (4,17%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,34 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban

responden setuju bahwa secara keseluruhan, *mobile banking* berguna dalam kegiatan perbankan.

3. Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan *Mobile Banking* (Y)

Dalam variabel Sikap Penggunaan *Mobile Banking* terdapat tiga item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 12 :

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan *Mobile Banking* (Y)

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
Y1	35	36.46	54	56.25	6	6.25	1	1.04	0	0.00	96	100	4.28
Y2	30	31.25	49	51.04	15	15.63	2	2.08	0	0.00	96	100	4.11
Y3	35	36.46	52	54.17	9	9.38	0	0.00	0	0.00	96	100	4.27
													4.22

Sumber : data primer diolah

Pada Tabel 12 dapat diketahui bahwa dari 96 responden, didapatkan penilaian responden tentang variabel Penggunaan *Mobile Banking*. Hasil perhitungan nilai rata – rata variabel Penggunaan *Mobile Banking* sebesar 4,22. Artinya penilaian responden tentang Penggunaan *Mobile Banking* memiliki kategori yang sangat baik.

a. Item menggunakan *mobile banking* itu ide yang bagus (Y_{3.1}).

Pada item menggunakan *mobile banking* itu ide yang bagus (Y_{3.1}). Sebanyak 35 responden (36,46%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 54 responden (56,25%) menyatakan setuju, sebanyak 6 responden (6,25%) menyatakan netral, dan sebanyak 1 responden (1,04%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,28 dimana hal ini

menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa menggunakan *mobile banking* itu ide yang bagus.

b. Item suka menggunakan *mobile banking* (Y_{3.2}).

Pada item suka menggunakan *mobile banking* (Y_{3.2}). Sebanyak 30 responden (31,25%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 49 responden (51,04%) menyatakan setuju, sebanyak 15 responden (15,63%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,11 dimana hal ini menyatakan bahwa sebagian besar jawaban responden setuju bahwa suka menggunakan *mobile banking*.

c. Item menggunakan *mobile banking* adalah ide yang positif (Y_{3.2}).

Pada item menggunakan *mobile banking* adalah ide yang positif (Y_{3.2}). Sebanyak 35 responden (36,46%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 52 responden (54,17%) menyatakan setuju, dan sebanyak 9 responden (9,38%) menyatakan netral. Dari jawaban tersebut diperoleh rata rata 4,27 dimana hal ini menyatakan bahwa menggunakan *mobile banking* adalah ide yang positif.

4. Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan analisis deskriptif dari variabel Persepsi Kemudahan (X₁), mahasiswa Universitas Brawijaya percaya bahwa teknologi *mobile banking* dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Hal ini ditunjukkan dengan total nilai rata-rata sebesar 3,87 yang artinya pada kategori baik. Nilai *mean* tertinggi terletak pada *item* pernyataan X_{1.10} yaitu kegiatan perbankan menjadi praktis

menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan nilai *mean* tertinggi tersebut maka dapat diketahui bahwa teknologi *mobile banking* dapat mempermudah dan mempercepat kegiatan perbankan.

Berdasarkan analisis deskriptif dari variabel Persepsi Kegunaan (X_2), mahasiswa Universitas Brawijaya menggunakan *mobile banking* dapat meningkatkan produktifitas dan pekerjaan perbankan menjadi lebih cepat. Hal ini ditunjukkan dengan total nilai rata-rata sebesar 4,23 yang artinya berada pada kategori baik. Nilai *mean* tertinggi terletak pada *item* pernyataan $X_{2.5}$ yaitu menggunakan *mobile banking* menghemat waktu. Berdasarkan nilai *mean* tertinggi tersebut maka dapat diketahui bahwa menggunakan *mobile banking* dapat menghemat waktu untuk melakukan kegiatan perbankan dari pada harus ke kantor cabang bank.

Berdasarkan analisis deskriptif dari variabel Penggunaan *Mobile Banking* (Y), mahasiswa Universitas Brawijaya menggunakan *mobile banking* merupakan solusi yang baik untuk melakukan kegiatan perbankan. Hal ini ditunjukkan dengan total nilai rata-rata sebesar 4,28 yang artinya pada kategori baik. Nilai *mean* tertinggi terletak pada *item* pernyataan $Y_{1.1}$ yaitu menggunakan *mobile banking* itu ide yang bagus.

M. Asumsi-Asumsi Klasik Regresi

Asumsi-asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda. Setelah diadakan perhitungan regresi berganda melalui alat bantu SPSS for Windows, diadakan pengujian uji asumsi klasik regresi. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan ketentuan sebagai berikut :

Hipotesis yang digunakan :

H_0 : residual tersebar normal

H_1 : residual tidak tersebar normal

Jika nilai **sig.** (*p-value*) > maka H_0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.21513987
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.038
	Negative	-.040
Kolmogorov-Smirnov Z		.395
Asymp. Sig. (2-tailed)		.998

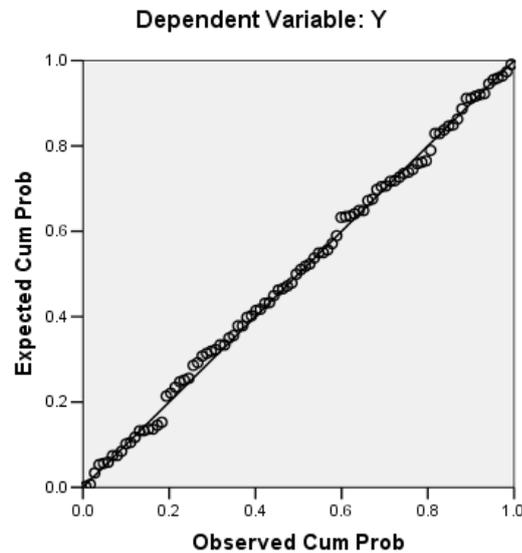
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah

Dari hasil perhitungan didapat nilai **sig.** sebesar 0.998 (dapat dilihat pada Tabel 13) atau lebih besar dari 0.05; maka ketentuan H_0 diterima yaitu bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

**Gambar 5. P-P Plot**

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan uji P-P Plot didapatkan bahwa titik-titik data sudah menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini untuk mengetahui korelasi antara sisaan yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam deret waktu) atau ruang (seperti dalam data *cross section*). Dalam konteks regresi, model regresi linier klasik mengasumsikan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam sisaan (ϵ_i). Hal ini memperlihatkan bahwa model klasik mengasumsikan bahwa unsur sisaan yang berhubungan dengan pengamatan tidak dipengaruhi oleh sisaan yang berhubungan dengan pengamatan lain yang mana pun.

Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW-test). Hipotesis yang melandasi pengujian adalah:

$H_0 : \rho = 0$ (tidak terdapat autokorelasi di antara sisaan)

$H_1 : \rho \neq 0$ (terdapat autokorelasi di antara sisaan)

Statistik Durbin-Watson yang dirumuskan oleh statistik d , yaitu:

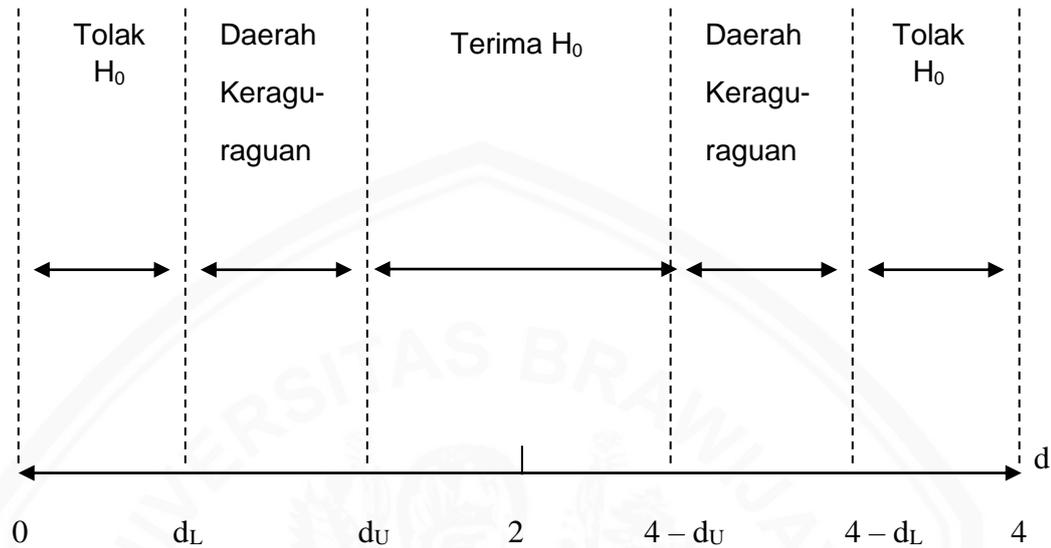
$$d = \frac{\sum (e_t - e_{t-1})^2}{\sum e^2}$$

Banyak pengamatan pada pembilang statistik d adalah $n - 1$ karena satu pengamatan hilang dalam mendapatkan perbedaan yang berurutan.

Prosedur uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

- a. Dengan menggunakan Metode Kuadrat Terkecil (MKT) biasa, hitung koefisien regresi, kemudian tentukan e_i .
- b. Dengan menggunakan rumus diatas hitung statistik d
- c. Berdasarkan banyaknya pengamatan dan peubah penjelas tentukan nilai-nilai kritis d_L dan d_U .
- d. Terapkan kaidah keputusan:
 - 1) Jika $d < d_L$ atau $d > (4 - d_L)$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi terhadap sisaan.
 - 2) Jika $d_U < d < (4 - d_U)$, maka H_0 diterima, berarti tidak terdapat autokorelasi antar sisaan.
 - 3) Namun jika $d_L < d < d_U$ atau $(4 - d_U) < d < (4 - d_L)$, maka uji Durbin-Watson tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (inconclusive). Untuk nilai-nilai ini, tidak dapat (pada suatu tingkat signifikansi

tertentu) disimpulkan ada tidaknya autokorelasi di antara faktor-faktor gangguan.



Keterangan:

d_U = Durbin-Watson Upper (batas atas dari tabel Durbin-Watson)

d_L = Durbin-Watson Lower (batas bawah dari tabel Durbin-Watson)

Dari tabel Durbin-Watson untuk $n = 96$ dan $k = 2$ (adalah banyaknya variabel bebas) diketahui nilai d_U sebesar 1.736 dan $4 - d_U$ sebesar 2.264. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 14

Tabel 14. Hasil Uji Autokorelasi

Mode	Durbin-Watson
1	1,926

Sumber: Data primer diolah

Dari Tabel 14 diketahui nilai uji Durbin Watson sebesar 1,926 yang terletak antara 1.736 dan 2.264, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi tidak terdapat autokorelasi telah terpenuhi.

3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari perhitungan regresi berganda, apabila nilai tolerance $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	0.686	1.458
X2	0.686	1.458

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 15, berikut hasil pengujian dari masing-masing variabel bebas:

- a. Tolerance untuk Persepsi Kemudahan adalah 0.686
- b. Tolerance untuk Persepsi Kegunaan adalah 0.686

Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai tolerance $> 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji multikolinearitas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (Variance Inflation Faktor) dengan angka 10. Jika nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas :

- a. VIF untuk Persepsi Kemudahan adalah 1,458
- b. VIF untuk Persepsi Kegunaan adalah 1,458

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinearitas dapat terpenuhi.

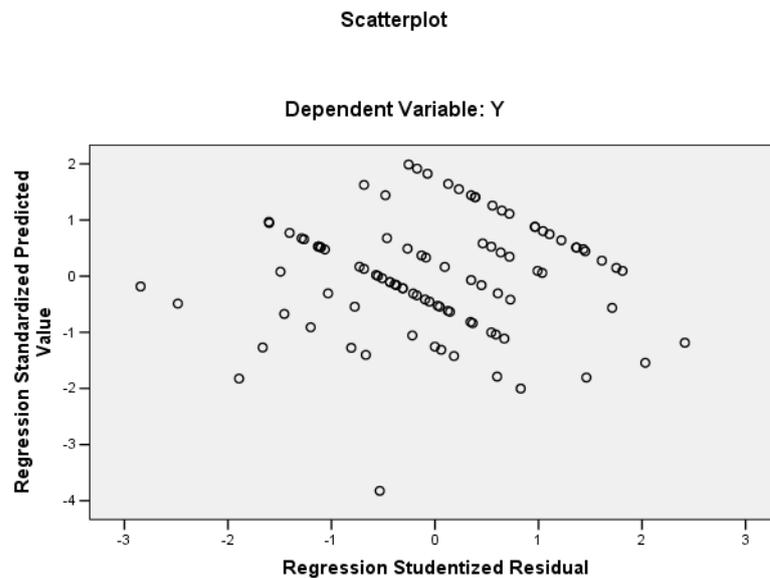
4. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas. Atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semakin meningkatnya nilai variabel bebas. Prosedur uji dilakukan dengan Uji scatter plot. Pengujian kehomogenan ragam sisaan dilandasi pada hipotesis:

H_0 : ragam sisaan homogen

H_1 : ragam sisaan tidak homogen

Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Gambar 6



Gambar 6. Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data primer diolah

Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa diagram tampilan *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Dengan terpenuhi seluruh asumsi klasik regresi di atas maka dapat dikatakan model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat. Sehingga dapat diambil interpretasi dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.

N. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Kegunaan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Penggunaan *Mobile Banking* (Y).

1. Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan bantuan *SPSS for Windows ver 20.00* didapat model regresi seperti pada Tabel 16 :

Tabel 16. Rekapitulasi Hasil Regresi

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Y	(Constant)	0.274	1.224		0.224	0.823
	X1	0.097	0.020	0.414	4.890	0.000
	X2	0.120	0.024	0.421	4.975	0.000
alfa : 5% R : 0.737 R square : 0.544 Adjusted R Square : 0.534 F hitung : 55.379 Sig. F : 0.000						3.09 F Tabel : 4 1.98 t Tabel : 6

(Sumber : data primer diolah)

Berdasarkan pada Tabel 16 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,274 + 0,097 X_1 + 0,120 X_2$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Penggunaan *Mobile Banking* akan meningkat sebesar 0,097 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 (Persepsi Kemudahan). Jadi apabila Persepsi Kemudahan mengalami peningkatan 1 satuan, maka

Penggunaan *Mobile Banking* akan meningkat sebesar 0,097 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

- b. Penggunaan *Mobile Banking* akan meningkat sebesar 0,120 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_2 (Persepsi Kegunaan), Jadi apabila Persepsi Kegunaan mengalami peningkatan 1 satuan, maka Sikap Penggunaan *Mobile Banking* akan meningkat sebesar 0,120 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui bahwa Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan meningkat maka akan diikuti peningkatan Penggunaan *Mobile Banking*.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas (Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Kegunaan (X_2)) terhadap variabel terikat (Penggunaan *Mobile Banking*(Y)) digunakan nilai adjusted R^2 karena memiliki variabel bebas lebih dari 1, Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 12 diperoleh hasil adjusted R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,534. Artinya bahwa 53,4% variabel Sikap Penggunaan *Mobile Banking* akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Kegunaan (X_2). Sedangkan sisanya 46,6% variabel Penggunaan *Mobile Banking* akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu Persepsi Kemudahan

dan Persepsi Kegunaan dengan variabel Penggunaan *Mobile Banking*, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0.798, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Kegunaan (X_2) dengan Penggunaan *Mobile Banking* termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,8.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan bagian penting dalam penelitian, setelah data terkumpul dan diolah. Kegunaan utamanya adalah untuk menjawab hipotesis yang dibuat oleh peneliti.

a. Hipotesis I (F test / Serempak)

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut :

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

Berdasarkan Tabel 14 nilai F hitung sebesar 55,379. Sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; db regresi = 2 : db residual = 93) adalah sebesar 3,094. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $55,379 > 3,094$ atau nilai sig F (0,000) $< \alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat

(Penggunaan *Mobile Banking*) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Kegunaan (X_2)).

b. Hipotesis II (t test / Parsial)

t test digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dapat juga dikatakan jika t hitung $>$ t tabel atau -t hitung $<$ -t tabel maka hasilnya signifikan dan berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika t hitung $<$ t tabel atau -t hitung $>$ -t tabel maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Berdasarkan Tabel 16 diperoleh hasil sebagai berikut :

- a. t test antara X_1 (Persepsi Kemudahan) dengan Y (Penggunaan *Mobile Banking*) menunjukkan t hitung = 4,975. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 93) adalah sebesar 1,986. Karena t hitung $>$ t tabel yaitu 4,975 $>$ 1,986 atau nilai sig t (0,000) $<$ $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (Persepsi Kemudahan) terhadap Penggunaan *Mobile Banking* adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Penggunaan *Mobile Banking* dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Persepsi Kemudahan atau dengan meningkatkan Persepsi Kemudahan maka Penggunaan *Mobile Banking* akan mengalami peningkatan secara nyata.
- b. t test antara X_2 (Persepsi Kegunaan) dengan Y (Penggunaan *Mobile Banking*) menunjukkan t hitung = 4,890. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db

residual = 93) adalah sebesar 1,986. Karena t hitung $>$ t tabel yaitu 4,890 $>$ 1,986 atau nilai sig t (0,000) $<$ $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (Persepsi Kegunaan) terhadap Penggunaan *Mobile Banking* adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Penggunaan *Mobile Banking* dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Persepsi Kegunaan atau dengan meningkatkan Persepsi Kegunaan maka Penggunaan *Mobile Banking* akan mengalami peningkatan secara nyata.

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* secara simultan dan parsial. Dan dari sini dapat diketahui bahwa kedua variabel bebas tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap Penggunaan *Mobile Banking* adalah Persepsi Kemudahan karena memiliki nilai koefisien beta dan t hitung paling besar.

O. Kelemahan Penelitian

Universita Brawijaya tidak mengharuskan setiap mahasiswanya menggunakan aplikasi *mobile banking* dan tidak ada peraturan di Universitas Brawijaya yang mengharuskan setiap mahasiswanya menggunakan aplikasi *mobile banking*. Sebagian Mahasiswa Universitas Brawijaya menggunakan *mobile banking* dan sebagian Mahasiswa Universitas Brawijaya tidak menggunakan *mobile banking*.

P. Pembahasan

1. Persepsi Kemudahan (X_1) terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Y).

Pada penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin seseorang percaya bahwa *mobile banking* mudah untuk digunakan maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Kemudahan penggunaan yang dirasakan saat menggunakan *mobile banking* yaitu jelas dan mudah dimengerti, serta mudah dikuasai akan berimplikasi pada perilaku seseorang dalam menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan objek pada penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Brawijaya, temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Universitas Brawijaya merasakan kemudahan dalam penggunaan *mobile banking*, khususnya penggunaan *mobile banking* yang praktis, sehingga mereka menggunakan *mobile banking* untuk mendukung kegiatan perbankan.

Beberapa penelitian terdahulu juga menemukan bahwa saat ini aplikasi *mobile banking* mudah digunakan untuk melakukan kegiatan perbankan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Melin Candra Puspita (2015) yang berjudul “Pengujian *Technology Acceptance Model* Terhadap Sikap Adopsi Internet *Banking* Di Universitas Lampung” yang menemukan bahwa persepsi kemudahan (PEUO) berpengaruh signifikan terhadap sikap adopsi *internet banking* (ATT) bahwa seseorang yang memahami kemudahan penggunaan dari suatu teknologi informasi, berharap bahwa teknologi tersebut akan memberikan manfaat bagi dirinya sendiri, sehingga dengan factor kemudahan penggunaan ini akan membentuk sikap seseorang untuk memilih teknologi informasi yang dimaksud, karena diharapkan akan meningkatkan kinerjanya.

2. Persepsi Kegunaan (X₂) terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Y).

Penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin dirasakan kegunaan atau manfaat dari penggunaan *mobile banking* maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Temuan dalam penelitian ini sesuai dengan konsep dari Davis (1989) yang mengkonsepkan bahwa persepsi kegunaan diukur melalui indikator seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, menjadikan pekerjaan lebih mudah serta secara keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat, sehingga persepsi kegunaan yang dirasakan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh pada penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan objek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Brawijaya, ditemukan bahwa manfaat dari penggunaan *mobile banking* dapat menghemat waktu dalam melakukan kegiatan perbankan. Hal tersebut merupakan salah satu kegunaan atau manfaat yang paling banyak dirasakan oleh mahasiswa Universitas Brawijaya dalam menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Lule (2012) dengan judul "*Application Of Technology Acceptance Model In Mobile Banking Adoption In Kenya*" yang menemukan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.

3. Persepsi Kemudahan (X₁) dan Persepsi Kegunaan (X₂) terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Y).

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketika suatu teknologi, yang dalam penelitian ini yaitu *mobile banking* dapat dengan mudah dipahami dan digunakan serta dipercaya dapat mendapatkan manfaat bagi penggunanya maka

akan berpengaruh terhadap perilaku seseorang untuk mengadopsi atau menggunakan *mobile banking*. Kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan *mobile banking* akan mendorong seseorang untuk menggunakan *mobile banking* guna mendukung kegiatan perbankan. Kegunaan atau manfaat yang dirasakan dalam menggunakan *mobile banking* juga menjadi faktor yang mendukung seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Kemudahan dan kegunaan yang dirasakan oleh mahasiswa Universitas Brawijaya dalam penelitian ini yaitu penggunaan *mobile banking* yang praktis serta penggunaan *mobile banking* yang dapat menghemat waktu dapat mempengaruhi sikap mahasiswa Universitas Brawijaya dalam mengadopsi atau menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Malin Candra Puspita (2015) yang berjudul “Pengujian *Technology Acceptance Model* Terhadap Sikap Adopsi *Internet Banking* Di Universitas Lampung” yang menemukan bahwa persepsi kemudahan (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap sikap adopsi *internet banking* (ATT) dan persepsi kegunaan (PU) berpengaruh signifikan terhadap sikap adopsi *internet banking* (ATT). Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* yang dikemukakan oleh Davis (1989) yang menyatakan bahwa *Percieved Ease of Use* dan *Percieved Usefulness* sebagai bagian dari penentu utama perilaku, yang dalam penelitian ini disebutkan sebagai Penggunaan *Mobile Banking*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking* di Universitas Brawijaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menemukan bahwa semakin seseorang percaya bahwa *mobile banking* mudah untuk digunakan maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan objek pada penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Brawijaya, temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Universitas Brawijaya merasakan kemudahan dalam penggunaan *mobile banking*, khususnya penggunaan *mobile banking* yang praktis, sehingga mereka menggunakan *mobile banking* untuk mendukung kegiatan perbankan.
2. Penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin dirasakan kegunaan atau manfaat dari penggunaan *mobile banking* maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan objek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Brawijaya, ditemukan bahwa manfaat yang dirasakan dari penggunaan *mobile banking* dapat menghemat waktu dalam melakukan kegiatan perbankan.
3. Penelitian ini menemukan bahwa ketika suatu teknologi, yang dalam penelitian ini yaitu *mobile banking* dapat dengan mudah dipahami dan

digunakan serta dipercaya dapat mendapatkan manfaat bagi penggunanya maka akan berpengaruh terhadap perilaku seseorang untuk mengadopsi atau menggunakan *mobile banking*. Kemudahan dan kegunaan yang dirasakan oleh mahasiswa Universitas Brawijaya dalam penelitian ini yaitu penggunaan *mobile banking* yang praktis serta penggunaan *mobile banking* yang dapat menghemat waktu dapat mempengaruhi sikap mahasiswa Universitas Brawijaya dalam mengadopsi atau menggunakan *mobile banking*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang teknologi informasi dengan variabel persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking* di Universitas Brawijaya, terhadap beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Pihak perbankan sebaiknya melakukan sosialisasi lebih mengenai kemudahan dan kegunaan dari *mobile banking* kepada nasabahnya agar pengguna *mobile banking* semakin meningkat.
2. Sebaiknya aplikasi *mobile banking* mempunyai tampilan yang lebih menarik untuk digunakan kepada setiap nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking*. Menggunakan logo yang menarik dapat lebih mudah dimengerti dan mudah diingat setiap nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir, 2003, "Pengenalan Sistem Informasi", Andi, Yogyakarta
- Abdulkadir, Nurudeen., Galoji, Shehu Inuwa., Razak, Rafidah Bt Abd. 2013. An Investigation into the Adoption of Mobile Banking in Malaysia. *American Journal of Economics* 3(3): 153-158.
- Ajzen, I., & Fishbein, M., 1975, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, 129-385, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Arief Wibowo, 2006, *Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Universitas Budi Luhur, Jakarta
- Azhar Susanto, 2004. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Lingkar Jaya.
- Bank Rakyat Indonesia, Tbk, PT, Laporan Keuangan tahun 2011-2010, Jakarta.
- Budi Agus Riswandi, Aspek Hukum Internet Banking, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005.
- Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J., & Zmijewska, A. (2008). Past, present and future of mobile payments research: A literature review. *Electronic Commerce Research and Applications* 7 (2): 165-181.
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly.
- Davis, Gordon B. 1993. Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen. Terjemahan, Seri Manajemen 90-A. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Davis, Keith (1986). *Personnel Management and Human Resource*. 2 Singapore: McGraw Hill Book Company
- Fitzgerald, Jerry, Fitzgerald, Arda dan Stallings, Warren D., Jr 2005, *Fundamentals of System Analysis*. John Willey & Sons, New York.
- Guriting, P., Ndubisi, N. 2006. Borneo online banking: Evaluating customer perceptions and behavioral intention. *Management Research News* 29 (1/2): 6-15.
- Haag dan Keen. 1996. *Information Technology: Tomorrow's Advantage Today*. Hammond: McGraw-Hill College.
- Handayani, Rini. 2007. *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi*

Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). Semarang : Tesis Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro.

- Henderson, J. and N. Venkatraman (1992). *Strategic Alignment: A model for Organizational. Tranformation through Information Technology. Transforming Organisations*. T. A. Kochan and M. e. Useem. Oxford, Oxford University Press: 97-117.
- Hoppe, Rudi., Paul Newman., dan Pauline Muger. 2001. *Factors Affecting the Adoption of Internet banking in South Africa: a Comparatice Study, ER Project, in Partial Fullfillment of the Requirements for The Course on Information Systems Honours (INF 414 W)*.
- James, A. Hall, 2007. *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi Ketiga, Terjemahan Amir Abadi Yusuf, Salemba Empat, Jakarta.
- Jogiyanto, 1989."Analisis dan Desain", Andi Offset, Yogyakarta
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset
- Jogiyanto, H.M.(2011). *Metodologi Penelitian Bisnis.Edisi Keempat*. BPF. Yogyakarta.
- Jogiyanto, HM. (2009). *Analisis dan Desain*. Yogyakarta : Andi OFFSET.
- Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta.Andi-Yogyakarta.
- Kusuma, Hadri.,dan Dwi Susilowati. 2007. *Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* 11 (2): 125-139.
- Leiva, F. Munoz., Climent, S. Climent., Cabanillas, F. Liébana. 2016. *Determinants of intention to use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model*. *Spanish Journal of Marketing* 21 (1): 25-38.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2005). *Toward an understanding of the behavioural intention to use mobile banking*. *Computers in Human Behavior* 21 (6): 873-891.
- Lule, Isaiah., Omwansa, Tonny Kerage., dan Waema, Timothy Mwololo. 2012. *Application of Technology Acceptance Model (TAM) in M-Banking Adoption in Kenya*. *International Journal of Computing and ICT Research* 6 (1): 31-43.
- Maharsi, Sri dan Fenny. 2006. *Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Internet Banking di Surabaya*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 8 No.1.

- Mulyanto, Agus. 2009. *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta, PustakaPelajar.
- O'Brien, James A. (2005). *Pengantar Sistem Informasi : Persepektif Bisnis dan Manajerial*. (12th edition). Salemba edition. Salemba Empat: Jakarta.
- Pratiwi, Devy Pishelia . (2012). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan MobileBanking Dengan Dimediasi Minat Penggunaan Mobile Banking Nasabah Bank BCA Di Surabaya. Skripsi. STIE Perbanas Surabaya.
- Puspita, Melin Chandra., Lestari, Baroroh. 2016. Pengujian Techonology Acceptance Model Terhadap Sikap Adopsi Internet Banking Di Universitas Lampung.
- Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Cetakan Pertama. Bandung : Alfabeta.
- Rigopoulos, George.,Dimitrios Askounis. 2007. A TAM Framework to Evaluate User's Perception Toward Online Electronic Payments. *Journal of Internet Banking and Commerce* 12 (3): 1-5.
- Sangadji, Etta Mamang., Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sarwono, S. W. (1978). *Perbedaan Antara Pemimpin dan Aktivis dalam Gerakan Protes Mahasiswa* (Cet. 1. ed.). Jakarta: Bulan Bintang.
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics* 32 (1): 129-142.
- Sidharta.Lani. 1996. *Internet Informasi Bebas Hambatan*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo,.
- Simarmata, Janner, 2006, *Pengenalan Teknologi Komputer dan Informasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2008.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutabri, Tata .2005. *Sistem Informasi Manajemen*.2005. Jakarta.
- Sutarman. 2009. *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: PT BumiAksara.

- Suyanto, 2005. *Konsep Dasar Anak Usia Dini* : Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional.
- Swan, Michael. 1995. *Practical English Language Usage*. Second Edition. Oxford: Oxford University Press
- University of Kent. 2008. Bacterial Resistance. <http://images.google.co.id/imgres?imgurl=http://www.kent.ac.uk>. 09 November 2009
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. 2003, *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Widyarini, M. M. Nilam, Dra, Msi. 2009. *Seri Psikologi Populer : Kunci Pengembangan Diri*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Wilson, David A. 1993. *Managing Information*, Oxford: Butterworth-Heinemann. Linacre House: Jordan Hill.
- Yahyapour, Nima. 2008. *Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System, Case of Iran*, Thesis, Lulea University of Technology Division of Industrial Marketing and E-commerce.
- Y-Shun Wang and Yi-wen Liao. 2003. Assessing eGovernment systems success: A validation of the DeLone and McLean model of information systems success. *Government Information Quarterly* 25: 717-733.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Responden yang terhormat,

Saya Abi Fadlan mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya. Dalam rangka memenuhi tugas skripsi, bersama dengan ini saya ingin menyebarkan kuesioner tentang persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap sikap menggunakan *mobile banking* untuk tujuan penelitian sederhana sebagai pelaksanaan tugas kuliah yang dimaksud.

Untuk hal tersebut dengan ini saya mohon luangkan waktunya untuk dapat mengisi kuesioner ini dengan jujur sebagai bahan penelitian kami. Jawaban jujur Anda sangat berguna bagi penelitian yang sedang saya lakukan dan segala bentuk pertanyaan. Atas perhatian dan dukungannya kami ucapkan terimakasih.

Petunjuk pengisian kuesioner

1. Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan jawaban dengan tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia dan dianggap paling sesuai.

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

NIM :

Fakultas :

Jurusan :

Jenis Kelamin :

Usia :

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1)

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Kegiatan perbankan akan sulit dilakukan tanpa menggunakan <i>mobile banking</i> .					
2	Menggunakan <i>mobile banking</i> memberi kendali lebih besar kegiatan perbankan.					
3	Menggunakan <i>mobile banking</i> meningkatkan kegiatan perbankan.					
4	Sistem <i>mobile banking</i> memenuhi kebutuhan kegiatan perbankan.					
5	Menggunakan <i>mobile banking</i> menghemat waktu.					
6	<i>Mobile banking</i> memungkinkan menyelesaikan kegiatan perbankan dengan lebih cepat.					
7	<i>Mobile banking</i> mendukung kegiatan perbankan yang mendesak.					
8	Menggunakan <i>mobile banking</i> memungkinkan saya untuk mencapai lebih banyak kegiatan perbankan daripada yang seharusnya dilakukan					

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
9	Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu.					
10	Menggunakan <i>mobile banking</i> meningkatkan efektivitas dalam kegiatan perbankan.					
11	Menggunakan <i>mobile banking</i> meningkatkan kualitas perbankan.					
12	Menggunakan <i>mobile banking</i> meningkatkan produktivitas kegiatan perbankan.					
13	Menggunakan <i>mobile banking</i> memudahkan kegiatan perbankan.					
14	Secara keseluruhan, <i>mobile banking</i> berguna dalam kegiatan perbankan.					

2. Persepsi Kegunaan (X₂)

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Paham saat menggunakan <i>mobile banking</i> .					
2	Sedikit melakukan kesalahan saat menggunakan <i>mobile banking</i> .					
3	Menggunakan <i>mobile banking</i> tidak membuat frustrasi.					
4	Sering berkonsultasi dengan pengguna saat menggunakan <i>mobile banking</i> .					
5	Menggunakan <i>mobile banking</i> tidak memerlukan banyak usaha.					
6	Sedikit menemukan kesalahan saat menggunakan <i>mobile banking</i> .					
7	<i>Mobile banking</i> itu fleksibel untuk digunakan.					
8	Kegiatan perbankan menjadi praktis menggunakan <i>mobile banking</i> .					
9	Jarang terjadi hal yang tidak terduga saat menggunakan <i>mobile banking</i> .					
10	Kegiatan perbankan menjadi praktis menggunakan <i>mobile banking</i> .					
11	Menggunakan <i>mobile banking</i> mudah dimengerti.					
12	Mudah melakukan kegiatan perbankan menggunakan <i>mobile banking</i> .					
13	<i>Mobile banking</i> memberikan panduan yang bermanfaat dalam melakukan kegiatan perbankan.					
14	Secara keseluruhan, menggunakan <i>mobile banking</i> mudah untuk digunakan.					

3. Adopsi Mobile Banking (Y)

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Menggunakan <i>mobile banking</i> itu ide yang bagus.					
2	Suka menggunakan <i>mobile banking</i> .					
3	Menggunakan <i>mobile banking</i> adalah ide yang positif.					

****Terimakasih****



Lampiran 2. Frekuensi Jawaban Responden

Frequency Table

Statistics

	N		Mean
	Valid	Missing	
X1.1	96	0	3.8646
X1.2	96	0	4.0938
X1.3	96	0	4.1354
X1.4	96	0	4.0313
X1.5	96	0	4.6250
X1.6	96	0	4.5104
X1.7	96	0	4.4896
X1.8	96	0	3.9375
X1.9	96	0	4.5000
X1.10	96	0	4.2083
X1.11	96	0	4.0938
X1.12	96	0	4.0729
X1.13	96	0	4.3229
X1.14	96	0	4.3438
X2.1	96	0	3.8125
X2.2	96	0	3.8125
X2.3	96	0	4.0208
X2.4	96	0	3.5729
X2.5	96	0	3.9375
X2.6	96	0	3.7917
X2.7	96	0	4.0104
X2.8	96	0	3.8854
X2.9	96	0	3.6250
X2.10	96	0	4.1042
X2.11	96	0	3.8229
X2.12	96	0	3.9583
X2.13	96	0	3.8125
X2.14	96	0	4.0208
Y1	96	0	4.2813
Y2	96	0	4.1146
Y3	96	0	4.2708

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	61	63.5	63.5	63.5
	Perempuan	35	36.5	36.5	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17.00	1	1.0	1.0	1.0
	18.00	2	2.1	2.1	3.1
	19.00	3	3.1	3.1	6.3
	20.00	2	2.1	2.1	8.3
	21.00	6	6.3	6.3	14.6
	22.00	19	19.8	19.8	34.4
	23.00	21	21.9	21.9	56.3
	24.00	27	28.1	28.1	84.4
	25.00	14	14.6	14.6	99.0
	26.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.3	7.3	7.3
	3.00	22	22.9	22.9	30.2
	4.00	44	45.8	45.8	76.0
	5.00	23	24.0	24.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.2	4.2	4.2
	3.00	11	11.5	11.5	15.6
	4.00	53	55.2	55.2	70.8
	5.00	28	29.2	29.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.1	2.1	2.1
	3.00	10	10.4	10.4	12.5
	4.00	57	59.4	59.4	71.9
	5.00	27	28.1	28.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	16	16.7	16.7	17.7
	4.00	57	59.4	59.4	77.1
	5.00	22	22.9	22.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	1	1.0	1.0	2.1
	4.00	31	32.3	32.3	34.4
	5.00	63	65.6	65.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	3	3.1	3.1	4.2
	4.00	38	39.6	39.6	43.8
	5.00	54	56.3	56.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	2	2.1	2.1	3.1
	4.00	42	43.8	43.8	46.9
	5.00	51	53.1	53.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.1	2.1	2.1
	3.00	26	27.1	27.1	29.2
	4.00	44	45.8	45.8	75.0
	5.00	24	25.0	25.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.1	2.1	2.1
	3.00	1	1.0	1.0	3.1
	4.00	40	41.7	41.7	44.8
	5.00	53	55.2	55.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	1	1.0	1.0	2.1
	3.00	13	13.5	13.5	15.6
	4.00	43	44.8	44.8	60.4
	5.00	38	39.6	39.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	18.8	18.8	18.8
	4.00	51	53.1	53.1	71.9
	5.00	27	28.1	28.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	13	13.5	13.5	13.5
	4.00	63	65.6	65.6	79.2
	5.00	20	20.8	20.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.1	2.1	2.1
	3.00	3	3.1	3.1	5.2
	4.00	53	55.2	55.2	60.4
	5.00	38	39.6	39.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.1	2.1	2.1
	3.00	4	4.2	4.2	6.3
	4.00	49	51.0	51.0	57.3
	5.00	41	42.7	42.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.3	7.3	7.3
	3.00	22	22.9	22.9	30.2
	4.00	49	51.0	51.0	81.3
	5.00	18	18.8	18.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.3	7.3	7.3
	3.00	25	26.0	26.0	33.3
	4.00	43	44.8	44.8	78.1
	5.00	21	21.9	21.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	5.2	5.2	5.2
	3.00	15	15.6	15.6	20.8
	4.00	49	51.0	51.0	71.9
	5.00	27	28.1	28.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	



X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	11	11.5	11.5	12.5
	3.00	37	38.5	38.5	51.0
	4.00	26	27.1	27.1	78.1
	5.00	21	21.9	21.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.2	4.2	4.2
	3.00	17	17.7	17.7	21.9
	4.00	56	58.3	58.3	80.2
	5.00	19	19.8	19.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	8	8.3	8.3	8.3
	3.00	21	21.9	21.9	30.2
	4.00	50	52.1	52.1	82.3
	5.00	17	17.7	17.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.1	2.1	2.1
	3.00	21	21.9	21.9	24.0
	4.00	47	49.0	49.0	72.9
	5.00	26	27.1	27.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.1	2.1	2.1
	3.00	20	20.8	20.8	22.9
	4.00	61	63.5	63.5	86.5
	5.00	13	13.5	13.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	9	9.4	9.4	9.4
	3.00	28	29.2	29.2	38.5
	4.00	49	51.0	51.0	89.6
	5.00	10	10.4	10.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.1	3.1	3.1
	3.00	10	10.4	10.4	13.5
	4.00	57	59.4	59.4	72.9
	5.00	26	27.1	27.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.1	3.1	3.1
	3.00	22	22.9	22.9	26.0
	4.00	60	62.5	62.5	88.5
	5.00	11	11.5	11.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.1	2.1	2.1
	3.00	15	15.6	15.6	17.7
	4.00	64	66.7	66.7	84.4
	5.00	15	15.6	15.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	



X2.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	2	2.1	2.1	3.1
	3.00	27	28.1	28.1	31.3
	4.00	50	52.1	52.1	83.3
	5.00	16	16.7	16.7	100.0
Total		96	100.0	100.0	

X2.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.1	2.1	2.1
	3.00	13	13.5	13.5	15.6
	4.00	62	64.6	64.6	80.2
	5.00	19	19.8	19.8	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	6	6.3	6.3	7.3
	4.00	54	56.3	56.3	63.5
	5.00	35	36.5	36.5	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.1	2.1	2.1
	3.00	15	15.6	15.6	17.7
	4.00	49	51.0	51.0	68.8
	5.00	30	31.3	31.3	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	9.4	9.4	9.4
	4.00	52	54.2	54.2	63.5
	5.00	35	36.5	36.5	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		X1
X1.1	Pearson Correlation	.462**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.2	Pearson Correlation	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.3	Pearson Correlation	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.4	Pearson Correlation	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.5	Pearson Correlation	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.6	Pearson Correlation	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.7	Pearson Correlation	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.8	Pearson Correlation	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.9	Pearson Correlation	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.10	Pearson Correlation	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.11	Pearson Correlation	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.12	Pearson Correlation	.588**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.13	Pearson Correlation	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.14	Pearson Correlation	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

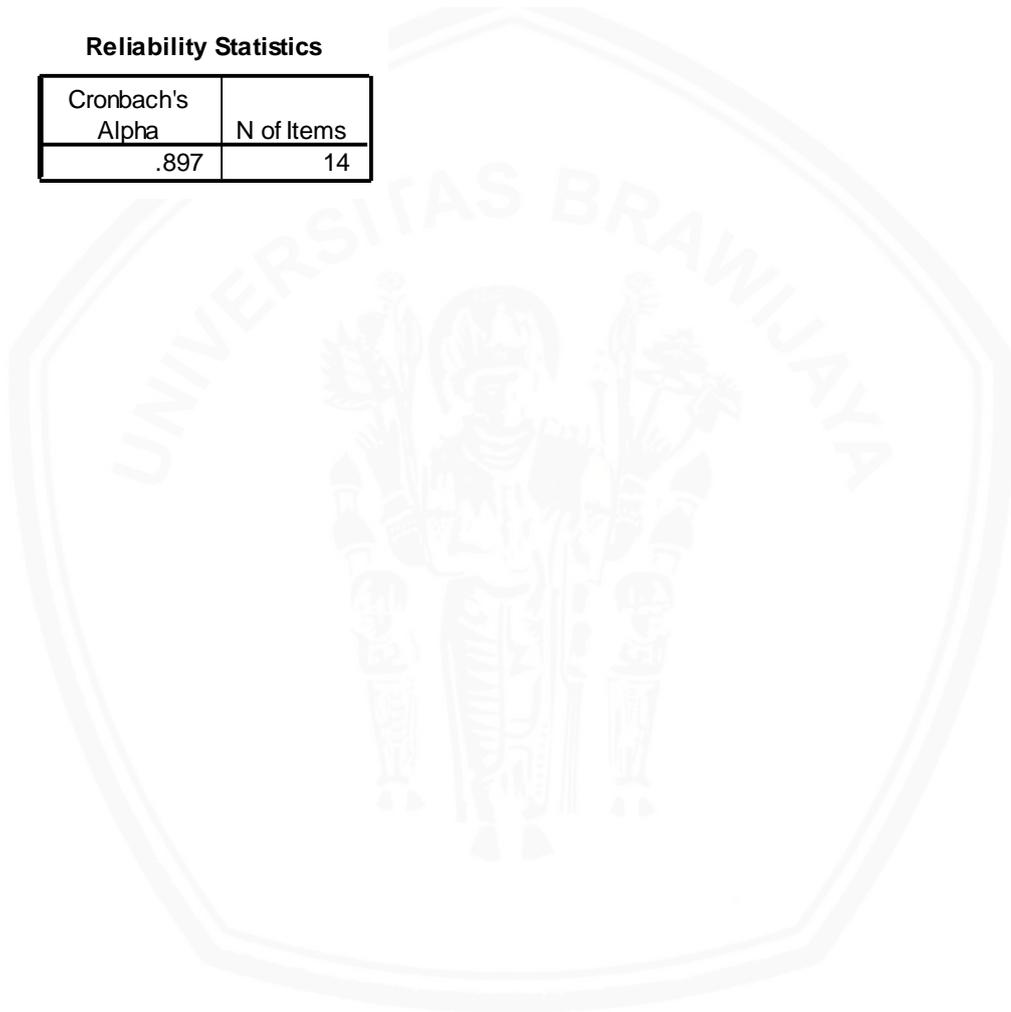
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	14



Correlations

Correlations		X2
X2.1	Pearson Correlation	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.2	Pearson Correlation	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.3	Pearson Correlation	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.4	Pearson Correlation	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.5	Pearson Correlation	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.6	Pearson Correlation	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.7	Pearson Correlation	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.8	Pearson Correlation	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.9	Pearson Correlation	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.10	Pearson Correlation	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.11	Pearson Correlation	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.12	Pearson Correlation	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.13	Pearson Correlation	.543**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.14	Pearson Correlation	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	14

Correlations

Correlations

		Y
Y1	Pearson Correlation	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
Y2	Pearson Correlation	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
Y3	Pearson Correlation	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	3

Lampiran 4. Asumsi Klasik

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 ^a	.544	.534	1.22814	1.926

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.686	1.458
	X2	.686	1.458

a. Dependent Variable: Y

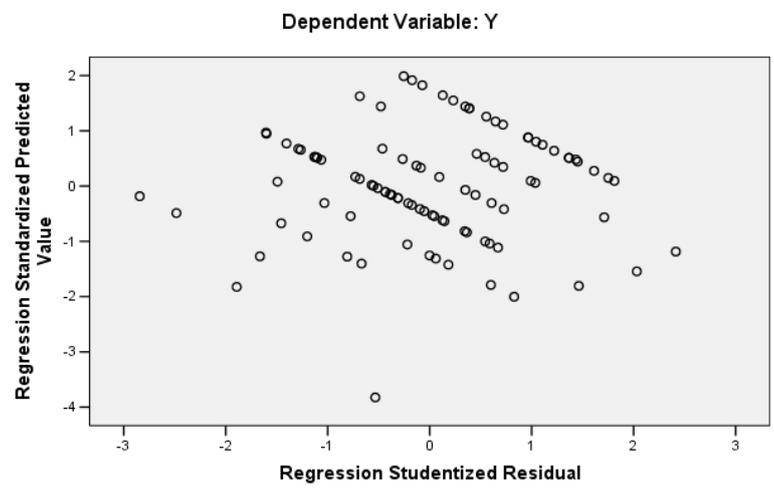
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.21513987
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.038
	Negative	-.040
Kolmogorov-Smirnov Z		.395
Asymp. Sig. (2-tailed)		.998

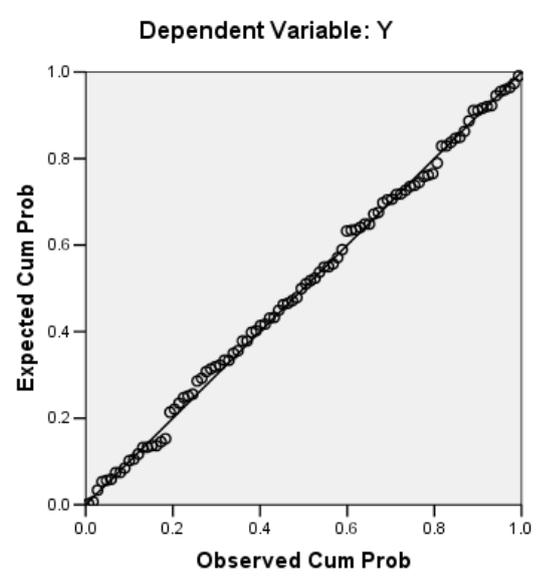
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Scatterplot

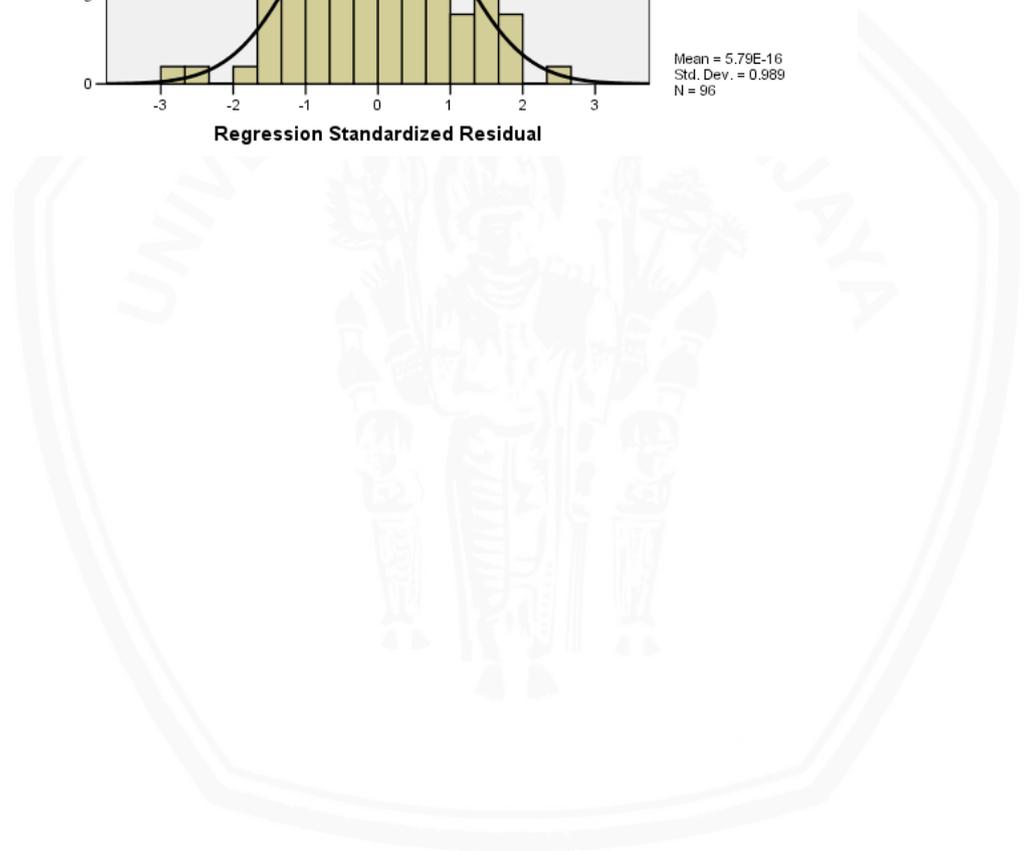
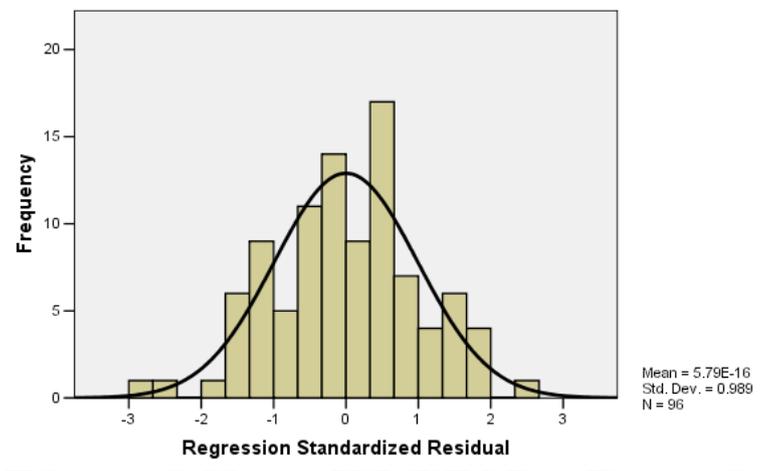


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram

Dependent Variable: Y



Lampiran 5. Regresi Linier Berganda

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	12.6667	1.79863	96
X1	59.2292	6.28696	96
X2	54.1875	7.66580	96

Correlations

		Y	X1	X2
Pearson Correlation	Y	1.000	.653	.650
	X1	.653	1.000	.561
	X2	.650	.561	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000
	X1	.000	.	.000
	X2	.000	.000	.
N	Y	96	96	96
	X1	96	96	96
	X2	96	96	96

Variables Entered/Removed^b

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

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 ^a	.544	.534	1.22814	1.926

- a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.060	2	83.530	55.379	.000 ^a
	Residual	140.274	93	1.508		
	Total	307.333	95			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.274	1.224		.224	.823
	X1	.120	.024	.421	4.975	.000
	X2	.097	.020	.414	4.890	.000

a. Dependent Variable: Y

