

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEBERMANFAATAN,
PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
REKENING PONSEL (STUDI KASUS PADA NASABAH CIMB NIAGA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

YAUFI ANDRIYANO
10412144034

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2014**

PERSETUJUAN

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN REKENING PONSEL (STUDI KASUS PADA NASABAH CIMB NIAGA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

SKRIPSI

Oleh:

YAUFI ANDRIYANO

10412144034

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal 29 April 2014

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

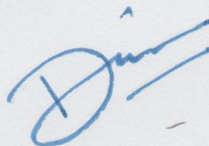
Program Studi Akuntansi

Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui

Dosen Pembimbing,



Diana Rahmawati, M.Si.
NIP. 19760207 200604 2 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:


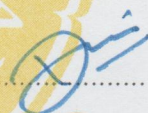
**“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEBERMANFAATAN,
PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
REKENING PONSEL (STUDI KASUS PADA NASABAH CIMB NIAGA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)”**

yang disusun oleh:

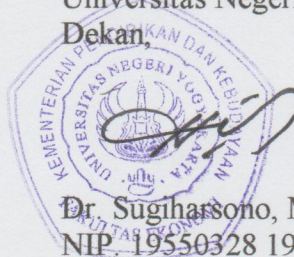
Yaufi Andriyano

NIM. 10412144034

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 8 Mei 2014 dan
dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI			
Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Andian Ari Istiningrum, M.Com.	Ketua Penguji		13/5 2014
Diana Rahmawati, M.Si.	Sekretaris Penguji		13/5 2014
Mahendra Adhi Nugroho, M.Sc.	Penguji Utama		13/5 2014

Yogyakarta, 14 Mei 2014
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan



Dr. Sugiharsono, M.Si.
NIP. 19550328 198303 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Yaufi Andriyano
NIM : 10412144034
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN,
PERSEPSI KEBERMANFAATAN,
PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
REKENING PONSEL (STUDI KASUS PADA
NASABAH CIMB NIAGA DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA).**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Dengan demikian pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksa untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 16 Mei 2014
Penulis,



Yaufi Andriyano
NIM. 10412144034

MOTTO

Kita membangun langit dengan segenap daya yang ada.

Kemudian merasa langit kita sudah cukup tinggi bahkan mengungguli langit lain.

Tetapi akan selalu ada langit di atas kita.

(Mahendra Adhi Nugroho, 2008)

Hari takkan indah tanpa mentari dan rembulan, begitu juga hidup takkan indah tanpa tujuan, harapan serta tantangan. Meski terasa berat, namun manisnya hidup justru akan terasa, apabila semuanya terlalui dengan baik, meski harus memerlukan pengorbanan.

(Nina, 2010)

Jika pikiran saya bisa membayangkannya, hati saya bisa meyakinkannya, saya tahu saya akan mampu menggapainya

(Jesse Jackson)

Kepuasan itu terletak pada usaha, bukan pada pencapaian hasil. Berusaha keras adalah kemenangan besar.

(Mahatma Gandhi)

Saya bisa menerima kegagalan, tapi saya tidak bisa menerima segala hal yang tak pernah diusahakan.

(Michael Jordan)

P E R S E M B A H A N

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, karya sederhana ini akan saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang yang paling saya cintai yaitu Ayahanda Triyono dan Ibunda Dwi Supriyanti yang selalu bekerja keras memeras keringat agar impian mereka menjadikan anaknya seorang sarjana terwujud.
2. Kakakku Jeffri Aprianto Nugroho dan Adikku Ahmad Rifai Kurniawan.
3. Almarhumah nenek Saminem, seorang nenek yang sangat mencintai cucu-cucunya walau cucunya sangat bandel dan semoga kita bisa bertemu dan berkumpul lagi di Jannah nantinya.

B I N G K I S A N

1. Sahabat saya Muhammad Rijki, Annisa Desi Rakhmawati, dan Steviana Baiti.
2. Seseorang yang telah mengajarkan artinya mencintai dan menyayangi Riri Nurfaizah.
3. Almarhumah Devi Faralita sesosok teman yang menginspirasi saya.
4. Teman-teman seperjuangan Akuntansi B 2010 terima kasih untuk kebersamaanya selama ini.
5. Teman-teman BEM KM UNY 2013 “Semangat Menginspirasi”.
6. Teman-teman KPU FE UNY 2012.

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEBERMANFAATAN,
PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
REKENING PONSEL (STUDI KASUS PADA NASABAH CIMB NIAGA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)**

Oleh :
YAUFU ANDRIYANO
10412144034

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada Nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta. (2) Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada Nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta. (3) Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada Nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta. (4) Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada Nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta. (5) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan secara bersama-sama terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada Nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta.

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta yang pernah menggunakan Rekening Ponsel atau telah mengetahui informasi mengenai Rekening Ponsel. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel penelitian sebanyak 97 responden nasabah CIMB Niaga. Kuesioner diuji validitas dan realibilitasnya sebelum dilakukan pengumpulan data penelitian. Sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu diadakan pengujian prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta, hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,584 dan nilai $t_{hitung} 7,010 > t_{tabel} 1,661$. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Persepsi Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta, hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,638 dan nilai $t_{hitung} 8,077 > t_{tabel} 1,661$. (3) Terdapat pengaruh negatif dan signifikan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta, hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,378 dan nilai $t_{hitung} -3,980 < t_{tabel} -1,661$. (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta, Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,609 dan nilai $t_{hitung} 7,481 > t_{tabel} 1,661$ (5) Terdapat pengaruh signifikan Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan secara bersama-sama terhadap Minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta, hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,742 dan nilai $F_{hitung} 28,104 > F_{tabel} 2,4707$.

Kata Kunci: Persepsi, Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko, Kepercayaan, Minat Menggunakan Rekening Ponsel.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan, rahmat, dan hidayah- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta)” dengan lancar. Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, tugas akhir skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi.
3. Sukirno, M.Si., Ph.D., Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Dyah Setyorini, M.Si., Ak., Koordinator Program Studi Akuntansi sekaligus sebagai Pembimbing Akademik yang telah sabar memberikan arahan dan masukan selama penulis menuntut ilmu.
5. Diana Rahmawati, M.Si., sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing dan mengarahkan selama penyusunan skripsi.

6. Mahendra Adhi Nugroho, M.Sc., sebagai dosen narasumber yang telah sabar memberikan saran dan pengarahan selama penyusunan skripsi.
7. Bapak, Ibu Dosen, yang telah memberi bekal ilmu yang tak ternilai harganya kepada penulis selama belajar di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan tugas akhir skripsi ini.

Semoga semua amal baik mereka dicatat sebagai amalan yang baik oleh Allah SWT, Amin. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan guna menyempurnakan laporan tugas akhir ini. Akhirnya harapan peneliti mudah-mudahan apa yang terkandung di dalam penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 16 Mei 2014
Penulis,



Yaufi Andriyano
NIM. 10412144034

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN BINGKISAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Pembatasan Masalah	13
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan Penelitian	14
F. Manfaat Penelitian	15

	Halaman
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	17
A. Deskripsi Teori	17
1. Pengertian Teknologi Informasi	17
2. Pengertian <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	21
3. Rekening Ponsel	22
4. Minat Menggunakan Rekening Ponsel	38
5. Persepsi Kemudahan Penggunaan	43
6. Persepsi Kebermanfaatan	46
7. Persepsi Risiko	50
8. Kepercayaan	52
B. Penelitian yang Relevan	57
C. Kerangka Berpikir	62
D. Paradigma Penelitian	67
E. Hipotesis Penelitian	68
BAB III. METODE PENELITIAN	70
A. Tempat dan Waktu Penelitian	70
B. Desain Penelitian	70
C. Populasi dan Sampel Penelitian	71
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	72
E. Teknik Pengumpulan Data	76
F. Instrumen Penelitian	77

	Halaman
G. Uji Coba Instrumen	79
H. Teknik Analisis Data	84
I. Uji Hipotesis	90
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	97
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	97
B. Analisis Diskriptif Statistik	104
C. Uji Prasyarat Analisis	119
D. Uji Asumsi Klasik	121
E. Hasil Uji Hipotesis.....	123
1. Analisis Regresi Linier Sederhana	123
2. Analisis Regresi Linier Berganda	131
F. Pembahasan Hasil Penelitian	135
1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel	136
2. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel	138
3. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel	141
4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel	144

	Halaman
5. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel	146
G. Keterbatasan Penelitian	150
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	153
A. Kesimpulan	153
B. Implikasi Penelitian	156
B. Saran	158
DAFTAR PUSTAKA	160
LAMPIRAN.....	166

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Denominasi Pulsa yang Tersedia pada Masing-masing	
<i>Provider/Operator</i>	28
2. Skor Skala <i>Likert</i>	78
3. Instrumen Penelitian	78
4. Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan.....	80
5. Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan.....	81
6. Hasil Uji Validitas Persepsi Kebermanfaatan	81
7. Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko	82
8. Hasil Uji Validitas Kepercayaan	82
9. Hasil Uji Reliabilitas	84
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	99
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	99
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	100
13. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber informasi.....	101
14. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengetahui	102
15. Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan	
Rekening Ponsel	102
16. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	
Rekening Ponsel	103
17. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi	
Menggunakan Ponsel Rekening	104

	Halaman
18. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Minat Menggunakan Rekening Ponsel	105
19. Kategori Kecenderungan Data Variabel Minat Menggunakan Rekening Ponsel	106
20. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Persepsi Kemudahan	108
21. Kategori Kecenderungan Data Variabel Persepsi Kemudahan	109
22. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kebermanfaatan	111
23. Kategori Kecenderungan Data Variabel Persepsi Kebermanfaatan	112
24. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Risiko	114
25. Kategori Kecenderungan Data Variabel Persepsi Risiko	115
26. Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan	117
27. Kategori Kecenderungan Data Variabel Kepercayaan	118
28. Hasil Uji Normalitas	120
29. Hasil Uji Linieritas	121
30. Hasil Uji Multikolinieritas	122
31. Hasil Uji Heteroskedastisitas	123
32. Hasil Regresi Linier Sederhana (X1 terhadap Y)	124
33. Hasil Regresi Linier Sederhana (X2 terhadap Y)	126
34. Hasil Regresi Linier Sederhana (X3 terhadap Y)	128

	Halaman
35. Hasil Regresi Linier Sederhana (X_4 terhadap Y).....	130
36. Hasil Regresi Linear Berganda (X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y) ...	132
37. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif.....	135

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Paradigma Penelitian.....	67
2. Histogram Distribusi Frekuensi Minat Menggunakan Rekening Ponsel	106
3. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Data Variabel Minat Menggunakan Rekening Ponsel	107
4. Histogram Distribusi Frekuensi Persepsi Kemudahan.....	109
5. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Data Variabel Persepsi Kemudahan	110
6. Histogram Distribusi Frekuensi Persepsi Kebermanfaatan..	112
7. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Data Variabel Persepsi Kebermanfaatan.....	113
8. Histogram Distribusi Frekuensi Persepsi Risiko.....	115
9. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Data Variabel Persepsi Risiko.....	116
10. Histogram Distribusi Frekuensi Kepercayaan	118
11. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Data Variabel Kepercayaan	119

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesoner Uji Coba Instrumen	167
2. Data Uji Coba Instrumen	172
3. Uji Validitas dan Realibilitas	177
4. Kuesioner Penelitian	191
5. Data Penelitian	197
6. <i>Frequencies</i> Karakteristik Responden	204
7. Analisis Deskriptif Statistik	212
8. Hasil Uji Normalitas	215
9. Hasil Uji Linearitas	216
10. Hasil Uji Multikolineritas	219
11. Hasil Uji Heteroskedastisitas	220
12. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	221
13. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	225
14. Hasil Perhitungan Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif.....	226
15. Tabel t.....	228
16. Tabel F	229

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem Teknologi informasi (STI) telah berkembang dengan sangat pesatnya. Jika diamati, setiap satu dekade, terjadi perkembangan yang cukup signifikan dari sistem teknologi informasi (STI). Dimulai dari era akuntansi pada tahun 1950, beranjak ke era operasional mulai tahun 1960, ke era informasi mulai tahun 1970, menuju ke era jejaring dimulai tahun 1980 sampai ke-era jejaring global di mulai tahun 1990, sistem teknologi informasi banyak sekali mengalami perubahan-perubahan (Jogiyanto, 2008: 1). Pentingnya teknologi informasi dalam bisnis tidak diragukan lagi. Banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pembangkit daya bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam *e-business*, *e-commerce*, dan usaha teknologi informasi lainnya yang global (Faramita dan Mohammad, 2012: 139).

Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, telah mempengaruhi perkembangan aktivitas baik ekonomi maupun sosial masyarakat. Dunia bisnis selalu diwarnai dengan perlombaan untuk menampilkan keunggulan masing-masing demi meraih pangsa pasar. Keunggulan yang ditawarkan oleh pelaku bisnis dapat bermacam-macam, mulai dari keunggulan dalam layanan, keunggulan dalam pemasaran, keunggulan dalam produksi, keunggulan dalam promosi, keunggulan dalam

penjualan, dan lain-lainnya yang tentunya dengan daya dukung teknologi informasi.

Industri perbankan adalah salah satu industri yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi. Untuk menampilkan sebuah keunggulan, biasanya perusahaan jasa seperti perbankan selalu menawarkan berbagai kemudahan layanan untuk memperoleh nasabah mereka yang tentunya dengan menggunakan daya dukung teknologi informasi. Untuk membantu kemudahan layanan perbankan yang berbasis teknologi informasi saat ini yang kita sering ketahui dapat bervariasi, seperti ATM (*Authomatic Teller Machine*), *internet banking*, *mobile banking*, *sms banking*, *credit card*, dan lain sebagainya.

Adapun metode konvensional yang masih dipertahankan dalam industri perbankan, yaitu adalah pelayanan kepada nasabah yang datang ke bank secara langsung untuk melakukan berbagai macam transaksi, baik itu penyetoran dana, transfer antar rekening ataupun transaksi lainnya. Hal tersebut sebenarnya menimbulkan ketidakefisienan dari metode konvensional, misalnya nasabah ingin melakukan transfer dana antar rekening, umumnya nasabah datang ke bank terdekat, lalu mengisi form yang bertuliskan transfer dan kemudian mengantri di barisan. Metode tersebut membuat waktu yang tersita cukup banyak, mulai dari pengisian form, mengantri dan kemudian waktu bagi *Teller* untuk mengecek dan memastikan nomor rekening yang tertera di form benar atau tidak. Dengan alasan itulah maka bank menawarkan layanan yang diprediksi dapat membantu mengurangi kerumitan metode konvensional.

Bank yang merupakan tempat penyedia layanan jasa berkaitan dengan keuangan, selain mengutamakan profesionalisme dalam pelayanan kepada masyarakat sebagai nasabah, juga harus mengutamakan kepercayaan, karena dapat dikatakan bahwa industri perbankan merupakan industri yang menjual kepercayaan kepada masyarakat sebagai nasabahnya. Masyarakat sebagai konsumen atau pangsa pasar yang dituju oleh industri perbankan memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih usaha jasa perbankan yang akan digunakannya, hal tersebut dapat dilihat dari kemudahan serta tingkat kenyamanannya. Ada beberapa faktor yang menjadi alasan, mengapa calon nasabah memilih bank tertentu untuk menyimpan uangnya, antara lain: *brand name* dari bank itu sendiri yang sekiranya sering terdengar di telinga para calon nasabah ataupun calon nasabah lebih mengenalnya, kedekatan lokasi bank dengan tempat tinggal calon nasabah, layanan yang memuaskan, tingkat keamanan, fasilitas kemudahan bertransaksi, dan dapat juga berupa rujukan dari orang terdekat calon nasabah. Namun, yang paling menarik untuk diperhatikan adalah faktor fasilitas kemudahan dalam bertransaksi. Dalam rangka melakukan perluasan saluran distribusi, bank perlu memikirkan pengembangan dalam hal pelayanan. Pelayanan-pelayanan seperti mengecek saldo rekening, transfer rekening dan antar rekening, pembayaran tagihan dan sebagainya tidak lagi harus dilakukan dengan cara mendatangi bank bersangkutan.

Pada akhir-akhir ini media masa seperti surat kabar menayangkan fitur layanan terbaru dari bank CIMB Niaga yaitu Rekening Ponsel. Rekening

Ponsel adalah layanan terbaru dari *mobile banking* CIMB Niaga (*Go Mobile*) yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan transfer dana ke nomor ponsel manapun di seluruh Indonesia, tarik tunai di seluruh ATM CIMB Niaga dengan menggunakan ponsel (tanpa kartu ATM) dan melakukan serangkaian transaksi lainnya seperti pembayaran tagihan dan pembelian pulsa ponsel prabayar. Rekening Ponsel juga disebut sebagai produk *mobile wallet* pertama di Indonesia dan telah mendapatkan pengukuhan predikat oleh Dewan MURI (Hendra, 2013). Rekening Ponsel tidak memerlukan koneksi internet seperti pada layanan *internet banking*. Pengguna Rekening Ponsel tidak harus memiliki rekening di CIMB Niaga atau di bank manapun, karena layanan Rekening Ponsel memanfaatkan nomor ponsel layaknya rekening bank. Jika seseorang menerima SMS notifikasi yang memberitahukan bahwa seseorang tersebut menerima dana, maka yang harus dilakukan adalah segera mengunjungi kantor cabang bank CIMB Niaga terdekat untuk mendaftarkan nomor ponselnya ke sistem Rekening Ponsel dan tentunya membuat kode rahasia berupa *Personal Identification Number* (PIN) agar dapat menarik tunai atau melakukan transaksi perbankan lainnya melalui Rekening Ponsel. Akan tetapi, jika setelah hari ke-14 dana yang sudah terkirim ke nomor ponsel dan tidak dilakukan pendaftaran nomor ponsel ke kantor cabang bank CIMB Niaga maka akan otomatis dana yang sudah terkirim kembali kepada pengirim.

Layanan Rekening Ponsel diberikan oleh bank CIMB Niaga dengan tujuan memberikan kemudahan kepada para nasabah. Pelayanan perbankan

melalui Rekening Ponsel dapat berfungsi sebagai: 1) mempermudah jasa transfer dana antar pemilik Rekening Ponsel yang kemudian dapat dicairkan di mesin ATM ataupun *teller* kantor cabang bank CIMB Niaga; 2) transfer dana ke rekening bank, walaupun pemanfaatan layanan Rekening Ponsel dapat dimanfaatkan oleh non nasabah bank CIMB Niaga, untuk saat ini transfer ke rekening hanya bisa dilakukan transfer ke nasabah pemilik rekening CIMB Niaga; 3) membayar tagihan (telepon, kartu kredit, pendidikan, dan tagihan lainnya); 4) membeli pulsa ponsel prabayar; 5) menarik tunai ATM CIMB Niaga di mana saja tanpa dikenakan biaya; 6) melihat saldo rekening dan catatan 10 transaksi terakhir. Dengan adanya layanan tersebut, memudahkan nasabah untuk melakukan kegiatan transaksi perbankan karena para nasabah dapat mengakses layanan kapan saja dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh nasabah tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan.

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen. TAM (*Technology Acceptance Model*) ini dikemukakan oleh Davis (1989) yang mengembangkan kerangka pemikiran tentang minat pemanfaatan teknologi informasi. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Easy Of Use*) dalam pemakaian teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan

teknologi informasi dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi. Persepsi kebermanfaatan adalah tingkatan sejauh mana seseorang berkeyakinan bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan prestasi kerjanya, sedangkan persepsi kemudahan mengacu pada tingkatan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan menjadikan upayanya lebih ringan (Davis, 1989: 320). Oleh karena itu, jika nasabah CIMB Niaga merasa bahwa layanan Rekening Ponsel memberikan manfaat dan kemudahan, maka Rekening Ponsel tersebut akan sering digunakan.

Tidak hanya kemudahan dan kebermanfaatan yang ditawarkan saja yang perlu diperhatikan dalam menerapkan teknologi informasi seperti pada layanan Rekening Ponsel. Akan tetapi, dari segi keamanan dan risiko yang ditimbulkan dengan diterapkan Rekening Ponsel yang berbasis teknologi informasi perlu diperhatikan. Dari segi keamanan baik itu dapat juga berupa privasi, tentunya perusahaan jasa seperti bank CIMB Niaga yang notabene sudah terkenal dan memiliki nama untuk bersaing dengan bank-bank terkenal lainnya sudah mempertimbangkan hal tersebut. Dalam menggunakan Rekening Ponsel untuk menjamin keamanan nasabah dikenal dengan *passcode* dan *mBanking* PIN, akan tetapi berbagai persepsi muncul apakah hal tersebut memang benar-benar menjamin keamanan dalam bertransaksi mengingat bahwa transaksi yang dilakukan secara *indirect* dan maya. Risiko transaksi yang *indirect* dan maya juga perlu dipertimbangkan dalam penggunaan Rekening Ponsel, misalnya sistem ini bisa jadi mudah untuk dimanipulasi oleh

pihak internal yang tidak bertanggung jawab atau mudah dibobol oleh orang lain. Risiko ketersediaan jaringan operator yang stabil atau tidak dapat mempengaruhi minat calon pengguna. Risiko lainnya dapat berupa kesalahan pengguna sendiri (*Human Error*), misalnya: kesalahan mengirim dana ke nomor ponsel lainnya, pengisian pulsa yang tidak sampai karena juga disebabkan kesalahan mengirimkan ke nomor ponsel lainnya, dan kesalahan transaksi lainnya yang menyebabkan kerugian dikarenakan *Human Error*. Memang perlu disadari kesalahan menulis nominal dan nomor ponsel menyebabkan kerugian pengguna itu sendiri sehingga hal tersebut menjadi risiko yang ditanggung pribadi.

Pada periode Juli 2013, jumlah pengguna Rekening Ponsel sudah berkisaran di angka 50.000-an. Angka ini meningkat 131% dibandingkan bulan sebelumnya (Hendra, 2013). Rekening Ponsel memang merupakan layanan *mobile banking* terbaru dan pertama kali di Indonesia yang diperkenalkan oleh bank CIMB Niaga. Akan tetapi, Rekening Ponsel masih cukup asing untuk dikenal oleh sebagian besar nasabah CIMB Niaga itu sendiri. Untuk saat ini penggunaan Rekening Ponsel belum terlalu *boombing* atau menjadi sebuah tren gaya hidup di era yang memasuki zaman modern saat ini. Hal tersebut terbukti dari hasil tanya jawab nasabah bank CIMB Niaga di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada situs jejaring sosial Facebook dengan jumlah 32 responden yang menyatakan bahwa belum terlalu mengetahui mengenai layanan Rekening Ponsel. Mereka cenderung hanya mengetahui bahwa Rekening Ponsel merupakan sebagai salah satu produk

mobile banking bank CIMB Niaga saja yang sering diiklankan pada mesin ATM, akan tetapi kegunaannya belum mereka ketahui. Hal tersebut karena mereka belum tertarik untuk menggunakan Rekening Ponsel, padahal informasi secara lengkap mengenai manfaat dan kegunaan Rekening Ponsel telah beredar di media cetak seperti Kompas, Detik, Republika, Sindo, dan Tribun. Nasabah CIMB Niaga masih banyak yang belum mengetahui kegunaan dan manfaat yang dapat diperoleh jika menggunakan layanan Rekening Ponsel. Disadari atau tidak bahwa banyak diantara nasabah CIMB Niaga cenderung lebih memilih untuk menggunakan layanan perbankan secara konvensional seperti transaksi melalui *teller* bank ataupun lewat ATM. Selain itu, karena mereka lebih terbiasa dan nyaman dalam menggunakan cara tersebut. Adanya anggapan dari nasabah bank CIMB Niaga bahwa menggunakan jasa perbankan seperti *e-banking* terutama *internet banking* dan *mobile banking* hanya mendatangkan kerumitan apalagi dengan dikenalkannya Rekening Ponsel yang notabene merupakan salah satu layanan *mobile banking* terbaru yang masih asing bagi nasabah. Walaupun dengan bertransaksi perbankan secara konvensional membuat mereka merasa lebih nyaman dan terpercaya, tetapi perlu disadari juga bahwa tidak selamanya cara konvensional tersebut lebih efisien dan efektif. Misalnya ketika dalam situasi yang tidak memungkinkan menggunakan layanan perbankan secara konvensional seperti mendatangi bank bersangkutan ataupun mendatangi mesin ATM yang mungkin dikarenakan bank bersangkutan tutup pada hari libur ataupun ATM sedang *offline* dan jarak ATM lainnya sangat jauh yang

tidak dapat memungkinkan untuk ditempuh dengan ongkos transportasi yang tidak mencukupi ataupun jika menggunakan ATM bersama menimbulkan biaya yang dirasa lebih mahal. Penggunaan Rekening Ponsel dapat meminimalisir situasi yang tidak diinginkan tersebut, selain itu penggunaan Rekening Ponsel juga tidak memerlukan *handphone* yang memiliki koneksi internet seperti pada layanan *mobile banking* atau *internet banking* lainnya.

Menggunakan layanan Rekening Ponsel dalam bertransaksi tidak berarti bahwa bebas dari risiko. Karena pada dasarnya transaksi dengan Rekening Ponsel semakin meninggalkan transaksi dengan wujud fisik dan mengedepankan transaksi yang semakin fana. Sehingga masih banyak anggapan yang dapat menimbulkan kekhawatiran. Menggunakan Rekening Ponsel juga dapat terjadi salah kirim nomor (*Human Error*) yang mengakibatkan kerugian, selain itu penggunaan Rekening Ponsel membutuhkan sinyal seluler dan bisa dibayangkan bagaimana jadinya jika situasi yang mengharuskan kita di tempat terpencil yang minim sinyal seluler. Banyak kalangan nasabah CIMB Niaga masih menganggap bahwa layanan Rekening Ponsel masih memiliki risiko yang berarti yang menimbulkan kecemasan dan keraguan.

Faktor lain mengapa nasabah CIMB Niaga lebih menikmati layanan bank yang ada saat ini dan menurut mereka sudah memberikan rasa kepercayaan. Transaksi dengan menggunakan Rekening Ponsel yang notabene adalah transaksi secara *indirect* dan maya tentunya membutuhkan rasa percaya dari para nasabah. Menurut Morgan dan Hunt (1994: 23) kepercayaan

akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. Masih banyak dari kalangan nasabah CIMB Niaga yang lebih memilih untuk menggunakan mesin ATM atau datang langsung ke bank bersangkutan untuk bertransaksi. Kepercayaan nasabah merupakan salah satu faktor yang penting pula dalam mempengaruhi sikap mereka dalam menggunakan sebuah layanan perbankan.

Rekening Ponsel merupakan sebuah gagasan pemanfaatan teknologi informasi yang baru. Sebagai gagasan baru, dibutuhkan persepsi khalayak mengenai faktor yang mempengaruhi minat khalayak khususnya nasabah CIMB Niaga untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel. Selain itu, sebagai gagasan baru dari pemanfaatan teknologi informasi akan terjadi perbedaan persepsi antar nasabah. Sebagian nasabah beranggapan bahwa jika menggunakan layanan Rekening Ponsel hanya akan menambah kerumitan dan tidak memberikan tambahan manfaat yang berarti bagi dirinya. Sedangkan nasabah yang berpikir dalam hal kemajuan transaksi di masa datang dan mementingkan efektivitas dalam pekerjaannya akan cenderung berpikiran bahwa Rekening Ponsel akan menambah kemudahan dalam meningkatkan efektivitas pekerjaannya dan merasakan adanya tambahan manfaat dari penggunaan layanan Rekening Ponsel. Para nasabah yang memiliki persepsi negatif terhadap keberadaan layanan Rekening Ponsel juga akan beranggapan bahwa layanan tersebut sangat berisiko karena kekhawatiran mereka mengenai layanan Rekening Ponsel yang pada dasarnya lebih mengedepankan transaksi

bersifat maya. Hal tersebut dapat terjadi karena sebagian nasabah belum memiliki rasa kepercayaan pada sistem atau jaminan keamanan dan kerahasiaan yang diberikan oleh bank CIMB Niaga pada layanan Rekening Ponsel-nya. Sedangkan sebagian nasabah yang memiliki rasa kepercayaan terhadap bank yang meluncurkan layanan Rekening Ponsel tersebut tidak akan khawatir dalam menggunakan layanan yang diberikannya, sehingga mereka berpikir akan lebih sedikit risiko yang akan ditimbulkan dari layanan tersebut. Akan tetapi, apabila sebagian besar khalayak umum ataupun nasabah CIMB Niaga lebih cenderung memiliki persepsi negatif terhadap layanan Rekening Ponsel, maka akan sedikit yang menggunakan layanan Rekening Ponsel tersebut. Hal tersebut juga dapat menyebabkan investor enggan untuk menginvestasikan modal mereka dalam pengembangan layanan Rekening Ponsel, sehingga pemanfaatan teknologi informasi baru tersebut menjadi sia-sia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat menggunakan dan persepsi khalayak khususnya nasabah CIMB Niaga ditinjau dari segi persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan pada layanan Rekening Ponsel yang diluncurkan pertama kali di Indonesia oleh bank CIMB Niaga.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN

REKENING PONSEL (STUDI KASUS PADA NASABAH CIMB NIAGA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)’’.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Nasabah CIMB Niaga belum begitu tertarik menggunakan Rekening Ponsel karena masih ada sebagian nasabah yang lebih memilih transaksi secara konvensional seperti mendatangi bank bersangkutan ataupun memanfaatkan mesin ATM.
2. Rekening Ponsel merupakan layanan terbaru dan pertama kali di Indonesia sehingga Nasabah CIMB Niaga masih belum mengetahui manfaat dari menggunakan layanan Rekening Ponsel.
3. Nasabah CIMB Niaga beranggapan bahwa menggunakan layanan Rekening Ponsel hanya menimbulkan kerumitan dalam bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan, sehingga dirinya akan mengurungkan minatnya untuk bertransaksi menggunakan Rekening Ponsel.
4. Nasabah CIMB Niaga lebih percaya jika menggunakan cara konvensional dalam bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan daripada menggunakan layanan Rekening Ponsel yang notabene mengedepankan transaksi secara *indirect* atau maya.

5. Menggunakan layanan Rekening Ponsel dalam bertransaksi masih terdapat ketidakpastian dan dapat menimbulkan risiko kerugian karena transaksi dengan Rekening Ponsel semakin mengedepankan transaksi yang maya.
6. Sebagai pemanfaatan teknologi informasi yang baru seperti halnya pada layanan Rekening Ponsel, masih terdapat perbedaan persepsi antar nasabah CIMB Niaga baik itu berupa penerimaan ataupun penolakan. Akan tetapi, apabila terdapat kecenderungan penolakan, maka pemanfaatan teknologi informasi baru tersebut menjadi sia-sia.

C. Pembatasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang terfokus dan menghindari penafsiran yang tidak diinginkan atas hasil penelitian, maka penelitian ini dititikberatkan kepada pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan dipilihnya variabel bebas tersebut di atas dikarenakan variabel bebas tersebut diduga memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah CIMB Niaga yang sudah pernah menggunakan Rekening Ponsel atau minimal sudah mengetahui informasi tentang layanan Rekening Ponsel. Alasan penggunaan responden tersebut dikarenakan peneliti ingin mengetahui persepsi nasabah CIMB Niaga secara objektif.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga? (Studi Kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).
2. Bagaimana pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga? (Studi Kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).
3. Bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga? (Studi Kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga? (Studi Kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).
5. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga? (Studi Kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga (Studi Kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).
2. Pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga (Studi Kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).
3. Pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga (Studi Kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).
4. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga (Studi Kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).
5. Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga (Studi Kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang

berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi minat menggunakan Rekening Ponsel.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan / Manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau tambahan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah CIMB Niaga untuk menggunakan Rekening Ponsel. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat bagi bank CIMB Niaga untuk dapat merumuskan strategi dalam mempertahankan keunggulan kompetitif pada *electronic banking* khususnya pada layanan *mobile banking* Rekening Ponsel dan mengembangkan inovasi baru dari sistem layanan Rekening Ponsel di masa yang akan datang, sehingga nasabah CIMB Niaga berminat untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pengetahuan peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah CIMB Niaga untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel.

c. Bagi Pihak Lain

Sebagai referensi bagi peneliti lain dan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Pengertian Teknologi Informasi

Menurut McKeown dalam Suyanto (2005: 3) teknologi informasi merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya. Dalam kamus Oxford (2014) mendefinisikan teknologi informasi adalah studi tentang penggunaan sistem, terutama komputer dan telekomunikasi untuk menyimpan, mengambil, dan mendistribusikan informasi dalam bentuk apapun termasuk kata-kata, bilangan, dan gambar. Menurut Alter (2008) teknologi informasi mencakup perangkat keras dan perangkat lunak untuk melaksanakan satu atau sejumlah tugas pemrosesan data seperti menangkap, mentransmisikan, menyimpan, mengambil, memanipulasi, atau menampilkan data.

Martin (1999) dalam Gilang (2010) mendefinisikan teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi. Menurut Lucas (1999: 5) terdapat tiga komponen

dalam teknologi informasi yaitu komputer, *database*, dan jaringan komunikasi. Ketiga komponen tersebut telah mengubah dalam organisasi baik itu dapat berupa bisnis ataupun pemerintah, pasar, dan pendidikan. Teknologi informasi tidak hanya tiga komponen utama tersebut, akan tetapi dapat mencakup perangkat lain seperti sistem *voice mail*, mesin fax, asisten *digital personal*, dan perangkat elektronik serupa yang memajukan komputasi, penyimpanan, dan komunikasi data. Lebih umumnya, teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses, menyimpan, dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik.

a. Peranan Teknologi Informasi

Menurut Jogiyanto (2008: 18) teknologi informasi memberikan lima peran utama di dalam organisasi, yaitu untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, komunikasi, kolaborasi, dan kompetitif. Teknologi informasi memainkan peranan penting dalam perekayasaan ulang dalam proses bisnis. Kecepatan, kemampuan pemrosesan informasi dan konektivitas komputer serta teknologi internet dapat secara mendasar meningkatkan efisiensi pada bisnis, seperti juga meningkatkan komunikasi dan kerjasama (O'Brien, 2005: 76)

Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia pada saat ini sangat besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama bagi kegiatan-kegiatan bisnis, memberikan andil besar terhadap perubahan mendasar pada struktur, operasi dan manajemen organisasi.

Berkat teknologi ini, berbagai kemudahan dapat dirasakan oleh manusia. Menurut Kadir (2003) peranan teknologi informasi meliputi:

- 1) Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam tugas ini, teknologi informasi melakukan otomasi terhadap suatu tugas atau proses.
- 2) Teknologi informasi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.
- 3) Teknologi informasi berperan dalam restrukturisasi terhadap peran manusia. Dalam hal ini, teknologi berperan dalam melakukan perubahan-perubahan terhadap sekumpulan tugas atau proses.

b. Strategi Teknologi Informasi Menuju Keunggulan Kompetitif

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

- 1) Strategi biaya: meminimalisir biaya atau memberikan harga yang lebih murah terhadap pelanggan, menurunkan biaya dari pemasok, dan meningkatkan biaya pesaing untuk tetap bertahan di industri.
- 2) Strategi diferensiasi: mengembangkan cara-cara untuk membedakan produk/jasa yang dihasilkan perusahaan terhadap pesaing, sehingga pelanggan menggunakan produk/jasa karena adanya manfaat atau fitur yang unik.

- 3) Strategi inovasi: memperkenalkan produk/jasa yang unik, atau membuat perubahan dalam proses bisnis yang menyebabkan perubahan-perubahan yang mendasar dalam pengelolaan bisnis.
- 4) Strategi pertumbuhan: mengembangkan kapasitas produksi secara signifikan, melakukan ekspansi ke dalam pemasaran global, melakukan diversifikasi produk/jasa baru, atau mengintegrasikan ke dalam produk/jasa yang terkait.
- 5) Strategi aliansi: membentuk hubungan dan aliansi bisnis yang baru dengan pelanggan, pemasok, pesaing, konsultan dan lain-lain.

Jika dilihat dari strategi keunggulan kompetitif pada layanan Rekening Ponsel dari bank CIMB Niaga, maka Rekening Ponsel merupakan layanan yang menampilkan strategi keunggulan difrensiasi dan inovasi. Layanan Rekening ponsel merupakan produk/jasa yang unik dan mengembangkan cara-cara untuk membedakan produk/jasa dari pesaing khususnya perusahaan perbankan yang sebelumnya pada perusahaan perbankan lainnya belum ada. Seseorang yang pertama kali dalam hal mengadopsi sebuah teknologi informasi baru disebut sebagai "inovator" yang diperkirakan mereka hanya 2,5% dari populasi manusia di muka bumi ini David Gefen (2000: 21). Adapula mereka para pengadopsi awal yang menjual hasil dari ciptaannya atau patennya saja untuk keuntungan strategis. Keuntungan tersebut digunakan juga untuk mengembalikan dari pengembalian investasi

(ROI) yang telah dikorbankan karena inovasi sebuah produk tersebut. Biasanya, jejak mereka diikuti oleh para kompetitornya.

2. Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

Menurut Jogiyanto (2007: 111) model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) ini dikembangkan oleh Davis *et al.* (1989). Model Penerimaan Teknologi atau TAM (*Technology Acceptance Model*) diperkenalkan ini merupakan adaptasi dari Teori Tindakan Beralasan atau *Theory Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimoni atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri (Davis *et al.*, 1989). Parsimoni adalah istilah yang digunakan untuk menyatakan hemat dalam menyusun asumsi atau hipotesis yang berarti juga pembuktian. Model TAM berasal dari teori psikologis untuk menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi dengan kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), minat (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*) sebagai faktor penjelasnya. Menurut model ini, minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu

teknologi ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut.

Technology Acceptance Model (TAM) menambahkan dua konstruk dalam TRA, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Persepsi kebermanfaatan adalah tingkatan sejauh mana seseorang berkeyakinan bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan prestasi kerjanya, sedangkan persepsi kemudahan mengacu pada tingkatan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan menjadikan upayanya lebih ringan (Davis, 1989: 320). Penerimaan teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk ini karena keduanya memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang telah teruji secara empiris (Davis, 1989: 320). Kedua konstruk ini secara bersamaan menentukan sikap seseorang dalam penggunaan teknologi. Pada dasarnya persepsi kebermanfaatan akan berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan, tapi tidak sebaliknya. Dengan menggunakan kedua konstruk tersebut, TAM diharapkan dapat memberikan penjelasan atas penerimaan pengguna sistem informasi terhadap sistem informasi itu sendiri.

3. Rekening Ponsel

Rekening Ponsel adalah layanan terbaru dari *mobile banking* CIMB Niaga (*Go Mobile*) yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan transfer dana ke nomor ponsel manapun di seluruh Indonesia,

tarik tunai di seluruh ATM CIMB Niaga dengan menggunakan ponsel (tanpa kartu ATM) dan melakukan serangkaian transaksi lainnya seperti pembayaran tagihan dan pembelian pulsa ponsel prabayar.

Pengguna Rekening Ponsel tidak harus memiliki rekening di bank CIMB Niaga atau di bank manapun, karena Rekening Ponsel memanfaatkan nomor ponsel layaknya rekening bank. Jika seseorang menerima SMS notifikasi yang memberitahukan bahwa seseorang tersebut menerima dana, maka yang harus dilakukan adalah segera kunjungi kantor cabang bank CIMB Niaga terdekat untuk mendaftarkan nomor ponselnya ke sistem Rekening Ponsel dan tentunya membuat kode rahasia berupa *Personal Identification Number* (PIN) agar dapat menarik tunai atau melakukan transaksi perbankan lainnya melalui Rekening Ponsel. Akan tetapi, jika setelah hari ke-14 dana yang sudah terkirim ke nomor ponsel dan tidak dilakukan pendaftaran nomor ponsel ke kantor cabang bank CIMB Niaga maka akan otomatis dana yang sudah terkirim kembali kepada pengirim.

Kegunaan Rekening Ponsel antara lain: 1) mengirim dana ke nomor ponsel mana saja; 2) menerima kiriman dana di nomor ponsel sendiri; 3) mengirim dana ke rekening Bank CIMB Niaga; 4) membayar tagihan (telepon, kartu kredit, pendidikan, dan lain-lain); 5) membeli pulsa ponsel prabayar; 6) menarik tunai di ATM CIMB Niaga mana saja tanpa biaya; 7) melihat saldo rekening dan catatan 10 transaksi terakhir. Untuk menggunakan Rekening Ponsel dapat dilakukan dengan 2 cara,

yaitu: 1) menggunakan SMS menu, hanya perlu ketik “Go Mobile” dan kirim ke 1418, selanjutnya ikuti instruksi SMS tersebut; 2) Bila menggunakan ponsel *smartphone*, bisa mengunduh aplikasi *Go Mobile* melalui <http://mobile.cimbclicks.co.id/apps>.

Layanan Rekening Ponsel hanya memerlukan ponsel apa saja dengan nomor ponsel dari seluruh operator di Indonesia baik itu GSM ataupun CDMA, pulsa yang cukup, dan jika menggunakan *smartphone* yang telah mengunduh aplikasi *Go Mobile* hanya memerlukan sambungan internet melalui sebuah *data plan*. Rekening Ponsel bebas untuk diunduh dan digunakan tanpa biaya. Akan tetapi, penyedia layanan ponsel (operator) akan membebankan biaya SMS ataupun biaya data dan untuk mengetahui secara pasti berapa tarif dan biaya yang berlaku bisa menghubungi operator ponsel masing-masing. Yang termasuk dalam transaksi bebas biaya adalah: 1) transfer ke nomor ponsel manapun; 2) menerima dana di Rekening Ponsel; 3) menarik tunai di ATM; 4) pembayaran biaya pendidikan, asuransi, ponsel paskabayar, internet berlangganan. Sedangkan yang termasuk dalam transaksi yang dikenai biaya: 1) biaya Rekening Ponsel tidak aktif, dikenakan di bulan ke-7 setelah 6 bulan tidak digunakan: Rp 10,000/bulan; 2) biaya pembayaran tagihan kartu kredit sesuai yang dikenakan oleh bank penerbit kartu; 3) biaya pembayaran tagihan Telkom Rp 3,500; 4) biaya tarik tunai di teller cabang CIMB Niaga Rp 10,000/penarikan. Satu nomor ponsel cukup didaftarkan sekali saja ke kantor cabang bank CIMB Niaga, tetapi apabila

pengguna mengganti nomor ponsel dan ingin menggunakan Rekening Ponsel di nomor baru maka barulah perlu datang ke kantor cabang lagi untuk mendaftarkan nomor baru tersebut. Untuk pendaftaran Rekening Ponsel hanya bisa dilakukan di kantor cabang bank CIMB Niaga di Indonesia, tetapi jika hendak berpergian ke luar negeri selama nomor ponsel dapat digunakan melakukan panggilan dari luar negeri maka Rekening Ponsel tetap bekerja. Batas maksimum saldo Rekening Ponsel adalah 5 (lima) juta Rupiah, dan batas maksimum nilai transaksi dalam satu bulan adalah 20 (dua puluh) juta Rupiah. Nomor ponsel yang belum terdaftar di cabang CIMB Niaga hanya dapat menampung dana sebesar Rp 1 (satu) juta. Setelah didaftarkan, maka otomatis akan dapat menyimpan saldo hingga Rp 5 (lima) juta. Apakah perbedaan sebenarnya antara *Go Mobile* dan Rekening Ponsel? Jelas bahwa *Go Mobile* adalah keseluruhan sistem *mobile banking* CIMB Niaga yang dapat melakukan transaksi dengan menggunakan rekening bank. Sedangkan Rekening Ponsel fitur bagian *Go Mobile* yang memungkinkan transaksi dengan hanya menggunakan nomor ponsel, sehingga orang yang tidak memiliki rekening bank sekalipun masih tetap bertransaksi dengan nyaman bila memiliki ponsel dengan nomor yang aktif. Dana Rekening Ponsel tersimpan dalam rekening penampung khusus, berbeda dengan tabungan. Sehingga dana di Rekening Ponsel tidak berbunga. Namun apabila bersedia membuka rekening di CIMB Niaga, maka dana Rekening Ponsel dapat dipindahkan

ke rekening tabungan yang berbunga dan dijaminakan oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).

a. Pendaftaran

Mengenai hal apa saja yang diperlukan dalam pendaftaran Rekening Ponsel cukup datang ke kantor cabang bank CIMB Niaga terdekat untuk mendaftar dengan membawa ponsel yang akan didaftarkan dan kartu identitas berfoto (KTP, SIM, Paspor, KITAS/KIMS) yang masih berlaku. Jika tidak terdapat saldo sama sekali di Rekening Ponsel, maka minimum setoran awal adalah Rp. 50.000 (lima puluh ribu rupiah); jika telah menerima dana dari nomor ponsel lain yang telah terdaftar sebagai pemilik Rekening Ponsel, maka tidak ada setoran awal. Saldo minimum Rekening Ponsel adalah Rp. 0 (nol), dan tidak ada biaya/potongan apapun. Bagi nasabah yang sudah menggunakan *Go Mobile*, maka secara otomatis sudah terdaftar pada Rekening Ponsel. Pengguna bisa memiliki lebih dari satu Rekening Ponsel, namun setiap nomor harus satu-persatu didaftarkan ke sistem Rekening Ponsel CIMB Niaga dan apabila di kemudian hari ingin memiliki rekening tabungan CIMB Niaga, maka hanya satu nomor Rekening Ponsel yang akan terhubung dengan rekening bank.

b. Penggunaan

Pengisian dana Rekening Ponsel data dilakukan dengan 2 cara, yaitu: 1) Melakukan transfer dana dari rekening tabungan melalui *Go Mobile* atau SMS Menu ke Rekening Ponsel (khusus nasabah CIMB

Niaga). Pilih menu Transfer → ke rekening CIMB Niaga → pilih Rekening Ponsel sebagai penerima dana → masukan jumlah dana yang ingin ditransfer → masukan 2 (dua) angka *mBanking* PIN sesuai permintaan → transaksi selesai; 2) Setor Tunai melalui cabang (dapat dilakukan non nasabah CIMB Niaga). Bagi pengguna *Go Mobile* dan ingin menggunakan dana yang ada pada Rekening Ponsel cukup mengubah Rekening Ponsel menjadi rekening untuk aktif bertransaksi. Caranya: masuk ke menu Layanan Tambahan → Ganti Rekening Sumber Dana → Pilih Default Account → pilih nomor Rekening Ponsel. Transaksi isi ulang Rekening Ponsel melalui aplikasi *Go Mobile* atau SMS Menu kemungkinan tidak berhasil dikarenakan satu alasan atau lebih berikut ini:

- 1) Saldo Rekening Ponsel akan melebihi batas saldo maksimum Rp 5 (lima) juta Rupiah
- 2) Dana di rekening tabungan tidak memadai untuk melakukan transaksi
- 3) Salah memasukkan *mBanking* PIN
- 4) Pulsa tidak memadai
- 5) Transaksi mengalami gangguan teknis. Silakan mencoba kembali setelah beberapa saat atau hubungi *Phone Banking* 14041 untuk penanganan lebih lanjut

Untuk mengisi pulsa ponsel prabayar dengan menggunakan Rekening ponsel dapat melalui aplikasi *Go Mobile* atau SMS Menu

(ketik “Go Mobile” ke 1418). Login → pilih menu “isi ulang prabayar” → pilih menu “ponsel” → masukan nomor ponsel → pilih nominal pulsa → masukan 2 (dua) angka *mBanking* PIN sesuai permintaan → transaksi selesai. Dengan Rekening Ponsel dapat melakukan transaksi isi ulang pulsa ponsel untuk semua operator di Indonesia. Berikut adalah daftar *provider/operator* ponsel dan denominasi pulsa yang tersedia:

**Tabel 1. Denominasi Pulsa yang Tersedia pada Masing-masing
*Provider/Operator***

	25,000	30,000	40,000	50,000	75,000	100,000	150,000	200,000	250,000	300,000	500,000	1 juta
Simpati	x			x		x	x	x			x	
Kartu AS	x			x		x	x	x			x	
Mentari	x			x		x	x		x		x	x
IM3	x			x		x	x		x		x	x
IM2	x			x		x	x		x		x	x
Axis	x			x		x	x		x		x	x
Three		x	x	x	x	x	x			x	x	
XL	x			x		x		x				

Jika pengisian berhasil maka akan mendapatkan notifikasi SMS untuk setiap transaksi yang berhasil. Selain itu, juga dapat melihat di “mutasi transaksi” melalui aplikasi *Go Mobile* atau menu SMS dengan memilih menu “Kelola Rekening” → Rekening Ponsel, atau menghubungi *Phone Banking* 14041. Jika tanpa sengaja melakukan pengisian pulsa ke nomor ponsel yang salah maka akan menjadi sebuah risiko pribadi. Sangat disarankan memeriksa kembali nomor ponsel yang akan diisi sebelum memasukkan 2 angka *mBanking* PIN

(kode rahasia transaksi). Apabila nomor ponsel yang dimasukkan salah, sistem tidak dapat menarik kembali dana pulsa tersebut. Pengguna disarankan untuk menyimpan nomor ponsel yang secara teratur dengan mengisi pulsa ke menu “Favoritku” untuk menghindari kesalahan pengetikan. Caranya, pada akhir transaksi pengisian pulsa, tekan tombol “Masukkan ke Daftar Favorit”.

Nomor ponsel yang menerima pengisian pulsa akan mendapatkan notifikasi SMS dan dapat langsung menggunakan pulsa tersebut. Denominasi (nilai pengisian pulsa) yang tersedia dalam menu Rekening Ponsel sesuai dengan nilai pulsa yang akan diterima, dan saat ini transaksi pengisian pulsa melalui Rekening Ponsel tidak dikenakan biaya. Seluruh transaksi yang telah dijalankan dengan memasukkan *mBanking* PIN dikonfirmasi tidak dapat dibatalkan. Jika saldo Rekening Ponsel terdebit namun nomor ponsel prabayar penerima belum menerima pulsa, maka segera hubungi *Phone Banking* 14041 dan pihak bank akan segera melakukan tindak lanjut berdasarkan informasi yang berikan. Jika transaksi pengisian pulsa melalui Rekening Ponsel ditolak/gagal maka ada kemungkinan beberapa alasan berikut ini:

- 1) Tidak terdapat dana yang cukup dalam Rekening Ponsel
- 2) Memasukkan nomor ponsel yang tidak valid
- 3) Transaksi mengalami gangguan teknis
- 4) Nilai transaksi bulanan telah mencapai batas maksimum Rp 20 juta

5) Pulsa ponsel tidak memadai untuk melakukan transaksi Rekening Ponsel

6) Status nomor ponsel penerima pulsa dalam keadaan terblokir

c. Pengiriman atau Penerimaan Dana (Transfer) melalui Rekening Ponsel

Ada 2 (dua) cara transfer dana ke Rekening Ponsel lain atau Rekening CIMB Niaga lainnya yang dapat dilakukan, antara lain:

1) Melakukan transfer dana melalui aplikasi Go Mobile atau SMS Menu (ketik “Go Mobile” ke 1418)

a) Transfer ke Rekening Ponsel: Pilih menu Transfer → ke rekening CIMB Niaga lainnya → pilih Rekening Ponsel sebagai sumber dana → pilih jenis rekening penerima dana “Rekening Ponsel” → masukan nomor rekening ponsel penerima → masukkan jumlah dana yang ingin ditransfer → masukan 2 (dua) angka *mBanking* PIN sesuai permintaan → transaksi selesai.

b) Transfer ke rekening CIMB Niaga: Pilih menu Transfer → ke rekening CIMB Niaga lainnya → pilih Rekening Ponsel sebagai sumber dana → pilih jenis rekening penerima dana “Rekening CIMB Niaga” → masukan nomor rekening penerima → masukkan jumlah dana yang ingin ditransfer → masukan 2 (dua) angka *mBanking* PIN sesuai permintaan → transaksi selesai.

- 2) Dengan melakukan Setor Tunai di kantor cabang bank CIMB Niaga (*teller bank*).

Untuk saat ini layanan pengiriman dana (transfer) ke bank lain melalui Rekening Ponsel belum tersedia. Pengguna Rekening Ponsel hanya dapat mengirimkan dana ke nomor rekening Bank CIMB Niaga saja. Tidak terdapat batasan untuk jumlah transaksi yang dilakukan dalam satu hari. Namun, batas maksimum nilai transaksi kumulatif selama 1 (satu) bulan adalah Rp. 20 juta dan jika telah mencapai batas maksimum nilai transaksi bulanan, maka harus menunggu hingga tanggal 1 bulan berikutnya untuk dapat melakukan transaksi kembali. Akan tetapi, masih dapat menerima kiriman dana selama saldo dalam Rekening Ponsel belum mencapai Rp. 5 juta. Nilai minimum pengiriman dana melalui Rekening Ponsel adalah Rp. 10.000 (sepuluh ribu).

Untuk pengiriman dana, pengguna bebas untuk menentukan berapa jumlah yang akan dikirim sebatas tidak melebihi ketentuan saldo maksimum dan limit transaksi bulanan. Jika tidak menerima SMS konfirmasi apapun setelah melakukan pengiriman dana maka ada beberapa langkah yang dapat dilakukan: 1) pastikan pulsa mencukupi; 2) Cek melalui aplikasi atau SMS Menu dengan memilih menu “Kelola Rekening” → Rekening Ponsel; dan 3) hubungi *Phone Banking* 14041. Penerima dana akan mendapatkan pemberitahuan setelah dana berhasil terkirim. Jika terjadi ketidak

sengajan mengirim dana ke nomor ponsel yang salah maka dana yang telah terkirim tidak dapat ditarik kembali. Namun apabila nomor ponsel tersebut tidak didaftarkan ke Rekening Ponsel dalam 14 hari, maka dana yang telah dikirim akan otomatis kembali kepada pengirim di hari ke-14. Jika Saldo Rekening Ponsel terdebit namun penerima dana belum menerima dana tersebut maka segera dilakukan tindakan untuk menghubungi *Phone Banking* 14041 dan pihak CIMB Niaga akan melakukan tindak lanjut berdasarkan informasi yang tersedia. Jika transaksi transfer dana melalui Rekening Ponsel ditolak/gagal, ada beberapa alasan:

- a) Tidak terdapat dana yang cukup dalam Rekening Ponsel
- b) Memasukkan nomor ponsel yang tidak valid
- c) Transaksi mengalami gangguan teknis
- d) Nilai transaksi bulanan telah mencapai batas maksimum Rp 20 juta
- e) Saldo penerima dana telah batas maksimum Rp 5 juta (yang telah terdaftar Rekening Ponsel) atau Rp 1 juta (nomor belum terdaftar Rekening Ponsel)
- f) Status penerima dana adalah terblokir
- g) Pulsa ponsel tidak memadai untuk melakukan transaksi Rekening Ponsel.

d. Tarik Tunai

Dana dalam Rekening Ponsel dapat ditarik tunai dari seluruh mesin ATM CIMB Niaga atau melalui *teller* kantor cabang bank CIMB Niaga di seluruh Indonesia. Untuk melakukan tarik tunai melalui ATM CIMB Niaga dengan cara: Tekan tombol kanan bawah pada layar ATM → pilih bahasa → masukkan nomor ponsel → masukkan *mBanking* PIN → masukkan *passcode* yang dikirim melalui SMS → pilih “tarik tunai” → pilih nominal yang ingin ditarik → transaksi berhasil. Sedangkan tarik tunai melalui *teller* cabang dengan cara: Mengisi formulir penarikan tunai → *Teller* akan meminta untuk masukkan *mBanking* PIN → masukkan *passcode* yang dikirim melalui SMS → uang diserahkan → transaksi selesai.

e. Bayar Tagihan

Dengan Rekening Ponsel dapat membayar tagihan tagihan telepon/seluler, kartu kredit, tiket pesawat, angsuran pinjaman, pendidikan, asuransi, lingkungan, internet/TV kabel. Cara membayar tagihan melakukan pembayaran tagihan melalui aplikasi Go Mobile atau SMS Menu (ketik “Go Mobile” ke 1418). Login → Pilih menu bayar tagihan → pilih jenis tagihan yang ingin dibayarkan → masukkan nomor tagihan → masukkan nominal yang ingin dibayarkan → masukan 2 (dua) angka *mBanking* PIN sesuai permintaan → transaksi selesai.

Bagi pengguna *Go Mobile*, untuk menggunakan dana yang ada pada Rekening Ponsel Cukup dengan mengubah sumber dana ke Rekening Ponsel, caranya: pilih “Layanan tambahan” → pilih *default account* “Rekening Ponsel”. Tidak terdapat batasan untuk jumlah transaksi bayar tagihan yang dilakukan dalam satu hari. Namun demikian, batas maksimum nilai transaksi kumulatif selama 1 (satu) bulan adalah Rp. 20 juta. Apabila mencapai batas maksimum harus menunggu hingga tanggal 1 bulan berikutnya untuk dapat melakukan transaksi kembali. Pembayaran tagihan juga dapat dilakukan melalui *Go Mobile* dengan sumber dana rekening tabungan CIMB Niaga dan nilai minimum pembayaran tagihan melalui Rekening Ponsel adalah Rp. 10.000 (sepuluh ribu). Jumlah nominal transaksi yang dapat dimasukan sesuai nominal yang inginkan. Jika tidak menerima SMS konfirmasi apapun setelah melakukan pembayaran tagihan, Ada beberapa langkah yang dapat dilakukan: Pastikan pulsa memadai untuk melakukan transaksi, Cek melalui aplikasi atau SMS Menu dengan memilih menu “Kelola Rekening” → Rekening Ponsel, atau hubungi *Phone Banking* 14041.

Untuk saat ini Rekening Ponsel belum memiliki sistem untuk dapat membatalkan transaksi yang telah dikonfirmasi. Layanan Rekening Ponsel tidak mengenakan biaya apapun untuk transaksi pembayaran tagihan, namun biaya tambahan akan dikenakan sesuai ketentuan masing-masing *biller* (penerbit tagihan). Silahkan

menghubungi *biller* (penerbit tagihan) untuk mengetahui secara pasti berapa tarif dan biaya yang berlaku. Transaksi pembayaran tagihan kemungkinan ditolak disebabkan salah satu alasan atau lebih berikut ini:

- 1) Tidak terdapat dana yang cukup dalam Rekening Ponsel
- 2) Memasukkan nomor tagihan yang tidak valid
- 3) Transaksi mengalami gangguan teknis
- 4) Nilai transaksi bulanan telah mencapai batas maksimum Rp. 20 juta
- 5) Pulsa tidak memadai untuk melakukan transaksi

f. Limit

Nasabah Rekening Ponsel memiliki limit nilai akumulasi transaksi bulanan sebesar Rp. 20 (dua puluh) juta, tidak termasuk penerimaan dana. Nasabah Rekening Ponsel memiliki limit saldo sebesar Rp. 5 (lima) juta. Khusus penerima dana yang belum terdaftar maka limit saldo hanya sebesar Rp. 1 (satu) juta. Untuk Saldo minimum Rekening Ponsel adalah Rp. 0 (nol).

g. Keamanan Penggunaan

Layanan ini sangat aman karena setiap kali *login* melalui aplikasi ataupun *SMS Menu*, akan dikirimkan sebuah *passcode*. Selanjutnya, jika ingin bertransaksi maka akan diminta untuk memasukkan *mBanking* PIN. Untuk transaksi melalui ATM pun, akan diminta untuk memasukkan *mBanking* PIN dan *passcode*.

Jika ponsel hilang, dana dalam Rekening Ponsel tidak akan hilang. Pihak bank menyarankan agar segera memblokir nomor ponsel melalui operator *provider* ponsel, dan menghubungi *Phone Banking* 14041 untuk melakukan pemblokiran Rekening Ponsel demi keamanan. Namun demikian, Rekening Ponsel dilindungi oleh *mBanking* PIN dan ini bisa menghindari dari penyalahgunaan oleh pihak lain selain. Setelah melakukan pemblokiran Rekening Ponsel ketika ingin mengganti dengan nomor ponsel yang baru, dapat mendatangi salah satu kantor cabang bank CIMB Niaga untuk melakukan pendaftaran nomor ponsel yang baru tersebut. Secara otomatis, jika Rekening Ponsel masih memiliki saldo, saldo tersebut akan dipindahkan ke nomor ponsel yang baru oleh *Customer Service* CIMB Niaga. Perlu dicatat bahwa hal tersebut diperlukan surat keterangan hilang dari Kepolisian dan identitas yang valid. Saat Rekening Ponsel dan/atau nomor ponsel sedang dalam keadaan diblokir, maka setiap dana yang dikirimkan akan kembali ke pengirim. jika nomor ponsel yang lama aktif kembali karena mendapatkan kartu SIM ponsel yang baru dari *provider* ponsel, maka harus mengaktifkannya kembali melalui kantor cabang bank CIMB Niaga manapun. Jika lupa atau ingin mengganti *mBanking* PIN maka, harus datang ke kantor cabang bank CIMB Niaga terdekat untuk melakukan *reset* atau penggantian. Untuk keperluan ini harus menunjukkan kartu identitas (KTP, SIM, Paspor, KITAS/KIMS) yang masih berlaku dan

berfoto. Pemblokiran dapat dilakukan dengan menghubungi *Phone Banking* 14041, atau datang ke kantor cabang bank CIMB Niaga terdekat. Setelah itu, akan ada SMS notifikasi ke nomor ponsel yang terdaftar saat pemblokiran berhasil dilakukan. Pemblokiran terjadi karena: 1) Atas permintaan nasabah Rekening Ponsel sendiri. 2) Salah memasukkan *mBanking* PIN hingga 3 (tiga) kali. Jika baru pertama kali terblokir karena alasan memasukkan *mBanking* PIN yang salah sebanyak 3 kali, maka dapat menghubungi *Phone Banking* 14041 untuk membuka blokir. Untuk selanjutnya, tiap kali Rekening Ponsel terblokir, maka harus datang ke kantor cabang bank CIMB Niaga untuk membuka blokir.

h. Penutupan Rekening Ponsel, Masa Non-Aktif

Penutupan Rekening Ponsel dapat dilakukan dengan mengunjungi kantor cabang bank CIMB Niaga. Jika Rekening Ponsel masih memiliki saldo maka harus mengosongkan Rekening Ponsel terlebih dahulu dengan menarik tunai atau menggunakan dana tersebut untuk kebutuhan lain. Selama 6 (enam) bulan sama sekali tidak melakukan transaksi (seperti: login, transfer, atau aktivitas transaksi lainnya), maka memasuki bulan ke-7 (tujuh) akan dikenakan biaya *dormant/non-aktif* sebesar Rp. 10.000 (sepuluh ribu) per bulan. Jika saldo Rp. 0 (nol), maka setelah 6 (enam) bulan Rekening Ponsel akan secara otomatis ditutup oleh sistem. Rekening Ponsel telah ditutup oleh sistem dan ingin mengaktifkannya kembali, maka harus mendaftar

ulang di kantor cabang bank CIMB Niaga.

4. Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Minat perilaku (*behavioral intention*) menurut Jogiyanto (2007: 29) adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat tidak selalu statis. Minat dapat berubah dengan berjalannya waktu. Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat melakukannya. Manusia biasanya berperilaku dengan cara yang sadar, bahwa mereka mempertimbangkan informasi yang tersedia, dan secara implisit dan eksplisit juga mempertimbangkan implikasi-implikasi dari tindakan-tindakan yang dilakukan (Jogiyanto, 2007).

Minat merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah peripheral pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain (Wibowo, 2008). Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada obyek tersebut (Kusumah, 2009). Seorang individu apabila menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya

maka di saat itu lah dia akan berminat untuk menggunakannya lagi dan akan mendatangkan kepuasan.

Restu Guriting Panggalih dan Zaki Baridwan (2013) menjelaskan bahwa minat merupakan kesadaran dari diri seseorang terhadap objek, orang, masalah, atau situasi yang memiliki keterkaitan dengan dirinya. Artinya, minat harus dilihat sebagai suatu kesadaran. Oleh karena itu minat adalah suatu aspek psikologis seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi pada kegiatan tertentu dan mendorongnya untuk melakukan. Minat yang sering diekspresikan dalam suatu kegiatan maka akan semakin kuat, sedangkan apabila tidak tersalurkan maka akan lemah. Untuk itu minat menjadi suatu penyebab terjadinya suatu kegiatan dan hasil yang nantinya akan diperoleh.

Konsep minat perilaku menyatakan bahwa motivasi individu untuk terlibat dalam perilaku didefinisikan oleh sikap yang memengaruhi perilaku individu tersebut (Fishbein dan Ajzen, 1975). Minat perilaku menunjukkan seberapa banyak usaha yang dilakukan individu untuk berkomitmen dalam melakukan suatu perilaku. Besarnya suatu komitmen mendefinisikan terwujudnya perilaku tersebut.

Menurut (Jogiyanto, 2007: 31) minat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar yaitu:

- a. Penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi

Penentu ini adalah sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) individual. Sikap ini adalah evaluasi kepercayaan (*belief*) atau

perasaan (*affect*) positif atau negatif dari individual jika harus melakukan perilaku tertentu yang dikehendaki.

b. Penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial

Penentu ini adalah norma subyektif (*subjective norm*). Disebut dengan norma subyektif karena berhubungan dengan persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan keinginan seseorang secara sadar untuk melakukan suatu perilaku agar tercapainya tujuan tertentu. Konsep perilaku itu sendiri adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Perilaku dalam konteks penelitian ini dapat berupa perilaku untuk menggunakan.

Teori tindakan yang beralasan (*Theory of Reasoned Action*) merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) yaitu suatu teori yang berhubungan dengan sikap dan perilaku individu dalam melaksanakan kegiatan atau tindakan yang beralasan. Menurut (Jogiyanto, 2007: 25) Minat perilaku (*behavioral intention*) masih merupakan suatu minat. Minat atau intensi (*intention*) adalah keinginan untuk melakukan perilaku. Minat belum berupa perilakunya. Perilaku (*behavior*) adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa perilaku (*behavior*) dilakukan karena individual mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya

(*behavioral intention*). Minat perilaku (*behavioral intention*) akan menentukan perilakunya (*behavior*).

Teori perilaku perencanaan (*theory of planned behavior* atau TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Icek Ajzen (1988) mengembangkan TPB dan menambahkan sebuah konstruk yang belum ada di TRA. *Theory of Reasoned Action* (TRA) hanya mencakup dua hal, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviors*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Teori perilaku perencanaan menambahkan konstruk kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) untuk mengontrol perilaku individual yang dibatasi oleh kekurangan-kekurangannya dan keterbatasan-keterbatasan dari kekurangan sumber-sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilaku (Chau dan Hu, 2002 dalam Jogiyanto, 2007: 61).

Teori Tindakan Beralasan dan Teori Perilaku Berencana intinya adalah menekankan pada niat perilaku sebagai akibat atau hasil kombinasi beberapa kepercayaan. Niat merupakan tindakan terencana dalam mencapai tujuan berperilaku. Semakin kuat niat seseorang untuk melakukan sesuatu yang diharapkan, maka semakin berhasil seseorang untuk mencapai tujuannya. Intensi adalah informasi yang penting mengenai kecenderungan bahwa menampilkan suatu perilaku tertentu akan mengarahkan pada suatu hasil yang spesifik. Niat bisa berubah karena waktu. Semakin lama jarak antara intensi dan perilaku, semakin besar kecenderungan terjadinya perubahan intensi atau niat.

Rekening Ponsel merupakan sistem layanan terbaru dari *mobile banking* CIMB Niaga (*Go Mobile*) yang fungsinya menggantikan kegunaan kartu ATM dan buku rekening. Penggunaan layanan Rekening Ponsel memungkinkan untuk melakukan transfer dana ke nomor ponsel manapun di seluruh Indonesia, tarik tunai di seluruh ATM CIMB Niaga dengan menggunakan ponsel (tanpa kartu ATM), melakukan serangkaian transaksi lainnya seperti pembayaran tagihan dan pembelian pulsa ponsel prabayar. Selain itu, Pengguna Rekening Ponsel tidak harus memiliki rekening di CIMB Niaga atau di bank manapun, karena Rekening Ponsel memanfaatkan nomor ponsel layaknya rekening bank. Berdasarkan konsep minat dan Rekening Ponsel seperti yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan Rekening Ponsel adalah keinginan seseorang secara sadar melakukan perilaku untuk menggunakan aplikasi teknologi informasi pada layanan Rekening Ponsel yang dapat meliputi akses menu untuk kegiatan transaksi seperti transfer dana ke nomor ponsel manapun di seluruh Indonesia, tarik tunai di seluruh ATM CIMB Niaga, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa prabayar melalui ponsel dengan memanfaatkan nomor ponsel layaknya rekening bank yang tentunya melalui jaringan telekomunikasi maupun jaringan internet.

Minat menggunakan Rekening Ponsel juga meliputi keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi telekomunikasi dan/atau internet dengan mengakses fitur layanan yang ada di Rekening Ponsel. Minat perilaku menggunakan teknologi didefinisikan sebagai minat seseorang

untuk melakukan perilaku tertentu dengan menggunakan teknologi. Berdasarkan penelitian terdahulu Kharismayanti (2012) dalam Nunik Yuli Winayu (2013) indikator pada variabel minat adalah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut di masa yang akan datang. Ketiga indikator tersebut juga mengacu pada indikator minat menggunakan yang diutarakan oleh Jogiyanto (2007: 77). Para nasabah CIMB Niaga yang berminat menggunakan Rekening Ponsel akan memiliki keinginan untuk menggunakan layanan tersebut. Jika pengguna merasa yakin dengan layanan Rekening Ponsel, maka pengguna akan selalu mencoba untuk menggunakannya dan menjadi gaya hidup mereka dalam bertransaksi perbankan. Apabila nasabah yang telah menggunakan rekening ponsel dan merasa puas atau senang dengan layanan Rekening Ponsel yang digunakannya maka dia akan memiliki keinginan untuk menggunakannya kembali di masa yang akan datang atau berlanjut.

5. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Menurut Jogiyanto (2007: 115) kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Definisi tersebut mirip dengan yang diutarakan oleh Widjana (2010: 33) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak

akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*).

Menurut Andi (2010) Pengertian perspektif kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakaiannya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau manual. Menurut Nasution (2004: 5) menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga menunjukkan kemudahan penggunaan. Teknologi yang mempunyai perintah-perintah yang mudah dimengerti akan mempengaruhi persepsi seseorang bahwa teknologi tersebut mudah digunakan.

Menurut Venkatesh dan Moris (2000: 118) persepsi kemudahan penggunaan telah terbukti memiliki efek atau pengaruh pada minat melalui dua jalur kausal, yaitu: efek langsung pada minat dan efek tidak langsung pada minat melalui persepsi kebermanfaatan yang dirasakan. Pengaruh atau efek langsung menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan bisa menjadi katalis potensial untuk meningkatkan kemungkinan penerimaan pengguna. Efek tidak langsung menjelaskan bahwa semakin mudah teknologi untuk digunakan, maka semakin bermanfaat teknologi tersebut (Davis *et al.*, 1989).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan dalam hal penggunaan sebuah teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan dalam penggunaan juga mengandung maksud bahwa teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari atau sekaligus menggunakan karena pada dasarnya individu yakin bahwa teknologi informasi tersebut mudah untuk dipahami dan tidak menyulitkan pengguna dalam melakukan pekerjaannya.

Menurut Venkatesh dan Davis (2000: 201) dimensi pembagian persepsi kemudahan terdiri dari:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam konteks penelitian ini indikator pengukuran untuk variabel persepsi kemudahan meliputi: mudah dimengerti, mudah untuk digunakan, tidak dibutuhkan banyak usaha, dan mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna. Persepsi

kemudahan penggunaan Rekening Ponsel berarti bahwa nasabah CIMB Niaga beranggapan bertransaksi melalui Rekening Ponsel mudah untuk dimengerti. Apabila Rekening Ponsel dipersepsikan mudah dimengerti, maka layanan tersebut mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh nasabah. Sebaliknya, bila Rekening Ponsel dipersepsikan tidak mudah untuk dimengerti dan digunakan maka layanan tersebut tidak menimbulkan rasa minat bagi nasabah untuk menggunakannya. Jika nasabah beranggapan penggunaan layanan Rekening Ponsel tidak dibutuhkan banyak usaha dan ketika menggunakan layanan tersebut mereka merasa bahwa pekerjaan yang diinginkan akan lebih mudah, maka Rekening Ponsel akan sering digunakan pula oleh nasabah.

6. Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Usefulness dalam istilah bahasa Inggris merupakan arti dari kebermanfaatan dan bisa juga dapat diartikan sebagai kegunaan. Menurut Jogiyanto (2007: 114) kebermanfaatan persepsian (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Manfaat dari teknologi akan terbatas jika kemampuan untuk menjalankan teknologi tersebut juga terbatas sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh setiap individu tentunya akan berbeda pula tergantung seberapa besar mereka mampu mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut (Ahmad, Bambang S.P., dan Fathor AS, 2013). Davis (1989: 320) mendefinisikan

persepsi mengenai kebermanfaatan (*usefulness*) ini berdasarkan definisi dari kata *useful* yaitu “*capable of being used advantageously*”, atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi penggunanya. Dengan demikian, jika seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi dapat mendatangkan manfaat baik itu dapat berupa peningkatan kinerja atau keuntungan bagi dirinya, maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi kurang bermanfaat maka dia tidak akan menggunakannya. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk kebermanfaatan persepsian (*perceived usefulness*) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan teknologi informasi (misalnya Davis, 1989; Chau, 1996; Igbaria *et al.*, 1997; Sun, 2003).

Menurut Chin dan Todd (1995: 240) kebermanfaatan dapat dibagi kedalam dua kategori yaitu kegunaan dengan estimasi satu faktor dan kegunaan dengan estimasi dua faktor yang meliputi kegunaan dan efektifitas. Nasution (2004: 4) juga menjelaskan kegunaan dengan estimasi satu faktor yaitu menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), berguna (*usefull*), menambah produktifitas (*increase productivity*), mempertinggi efektifitas (*enchance effectiveness*), dan mengembangkan

kinerja pekerjaan (*improve job performance*). Kegunaan dengan estimasi dua faktor dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kegunaan dan efektifitas, masing-masing dijabarkan yaitu:

a. Kegunaan meliputi dimensi:

- 1) Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*)
- 2) Berguna (*usefull*)
- 3) Menambah produktifitas (*increase productivity*)

b. Efektifitas meliputi dimensi:

- 1) Mempertinggi efektifitas (*enchance my effectiveness*)
- 2) Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve my job performance*)

Adamson dan Shine (2003) dalam Irmadhani (2012) mendefinisikan Persepsi Kebermanfaatan sebagai konstruk keyakinan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Dari definisi tersebut persepsi kebermanfaatan dapat disimpulkan bahwa seseorang akan menggunakan sebuah teknologi apabila teknologi itu dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya. Kebermanfaatan dalam menggunakan Rekening Ponsel merupakan manfaat yang akan diperoleh atau diharapkan oleh nasabah CIMB Niaga atau pengguna dalam melaksanakan tugas dan perkerjaannya. Seseorang akan mengadopsi Rekening Ponsel apabila orang tersebut menganggap bahwa penggunaan Rekening Ponsel dapat memberikan manfaat terhadap perkerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya.

Menurut Vankatesh *et al.* (2003: 446) instrumen variabel persepsi kebermanfaatan adalah penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*), penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu (*increase productivity*), penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enchances effectiveness*), dan penggunaan sistem mampu memberikan manfaat bagi individu (*the system is useful*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat instrumen tersebut untuk mengukur indikator persepsi kebermanfaatan yang terdiri dari: mampu meningkatkan kinerja individu, mampu menambah tingkat produktivitas individu, mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu, dan mampu memberikan manfaat bagi individu yang kemudian keempat indikator tersebut dijadikan sebagai dasar butir pertanyaan yang akan dicantumkan dalam kuesioner penelitian. Pada konteks penelitian ini dapat diartikan bahwa persepsi kebermanfaatan dalam penggunaan layanan Rekening Ponsel merupakan pandangan subjektif dari nasabah CIMB Niaga mengenai manfaat yang diperoleh dalam peningkatan kinerja karena menggunakan Rekening Ponsel. Ketika nasabah telah menggunakan layanan Rekening Ponsel berkali-kali, maka mereka telah merasakan manfaat dari layanan Rekening Ponsel tersebut. Sikap positif untuk menggunakan Rekening Ponsel timbul karena keyakinan bahwa Rekening Ponsel dapat meningkatkan kinerja, produktivitas, dan efektivitas kinerja serta layanan Rekening Ponsel bermanfaat bagi pengguna. Oleh karena itu, persepsi kebermanfaatan

Rekening Ponsel mempengaruhi sikap nasabah CIMB Niaga terhadap minat untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel itu sendiri.

7. Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Menurut Hsu dan Chiu (2004: 362) persepsi risiko adalah persepsi atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu. Menurut Pavlou (2001: 10) Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu. Ada dua bentuk ketidakpastian secara alami yang muncul, yaitu ketidakpastian perilaku (*behavioral uncertainty*) dan ketidakpastian lingkungan (*environmental uncertainty*). Menurut Sjöberg *et al.* (2004) persepsi risiko merupakan penaksiran subyektif mengenai probabilitas tipe yang menspesifikkan kecelakaan yang terjadi dan bagaimana kekhawatiran akan konsekuensi yang ditimbulkan. Persepsi risiko mencakup evaluasi kemungkinan atas konsekuensi dari akibat yang negatif.

Persepsi risiko mengarah pada keyakinan mengenai kemungkinan keuntungan ataupun kerugian diluar pertimbangan bahwa meliputi hubungan dengan kepercayaan secara khusus (Mayer *et al.*, 1995: 348). Dalam penelitian ini indikator risiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan layanan Rekening Ponsel, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil

risiko akan berdampak positif pada minat konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan. Memperkenalkan teknologi baru mungkin melibatkan pertimbangan manfaat dan risiko bagi pengguna sebelum memutuskan untuk mengadopsi teknologi tersebut (Mohammad O. Al-Smadi, 2012: 297). Persepsi risiko yang lebih besar dari sebuah layanan elektronik perbankan akan mengurangi manfaat yang dirasakan dari teknologi (Horst, Kuttschreuter, dan Gutteling, 2007 dalam Mohammad O. Al-Smadi, 2012: 297). Javenpaa *et al.* (2000) menyatakan bahwa persepsi risiko memainkan peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dalam *e-commerce* sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif untuk melakukan transaksi secara *online*. Alasan pernyataan tersebut adalah persepsi risiko hanya pembantu dalam membentuk sikap konsumen dibandingkan niat mereka. Walaupun persepsi risiko tinggi, konsumen mungkin tidak secara rela memutuskan untuk tidak mengambil bagian dalam melakukan transaksi secara *online*.

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan di atas, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa persepsi risiko merupakan suatu pemikiran tentang risiko yang mungkin akan dialami oleh seseorang yang diakibatkan oleh suatu ketidakpastian dan konskuensi-konsekuensi negatif lainnya yang mungkin dapat diterima atas penggunaan produk atau jasa. Indikator untuk mengukur persepsi risiko menurut Pavlou (2003: 77) yaitu berupa adanya risiko tertentu, mengalami kerugian, dan pemikiran bahwa berisiko. Ada risiko tertentu merupakan indikasi risiko yang jelas

didapat oleh pengguna layanan Rekening Ponsel, mengalami kerugian merupakan suatu kejadian ketika pengguna sudah menggunakan Rekening Ponsel mengalami kerugian, dan pemikiran bahwa berisiko yaitu pengguna memikirkan suatu risiko yang belum terjadi saat akan menggunakan Rekening Ponsel.

8. Kepercayaan (*Trust*)

Menurut Morgan dan Hunt (1994: 23) kepercayaan merupakan keyakinan dalam kehandalan dan integritas yang dimiliki seseorang dengan mitranya. Pendapat ini sama dengan Deshpande dan Zaltman (1993) dalam Morgan dan Hunt (1994: 23) yang menyatakan bahwa kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan seseorang untuk bergantung pada mitra yang meyakinkan baginya. Secara konseptual, menurut Muhammad Rafiq (2009: 33) yang mengutip dari Doney dan Cannon (1997) serta Anderson dan Narus (1990), kepercayaan mempunyai dua elemen yaitu kredibilitas dan kejujuran. Kredibilitas berawal dari keyakinan akan suatu keahlian mitranya untuk melakukan tugas secara efektif dan dapat diandalkan. Sedangkan kejujuran merupakan suatu keyakinan bahwa maksud dan motivasi mitranya akan membawa keuntungan untuk bersama dan tidak akan melakukan tindakan yang akan berpengaruh negatif atau merugikan. Jika disimpulkan dari definisi tersebut, pada dasarnya literatur tentang kepercayaan menunjukkan bahwa kepercayaan adalah bagian dari keyakinan. bahwa pihak yang dapat

dipercaya handal dan memiliki integritas yang tinggi, yang berhubungan dengan kualitas seperti konsisten, komponen, jujur, adil, bertanggung jawab, membantu, dan baik hati (Altman dan Taylor, 1973; Dawyer dan Lagace, 1986; Larzelere dan Huston, 1980; Rotter, 1971 dalam Morgan dan Hunt, 1994: 23).

Menurut Pavlou (2003: 74) kepercayaan merupakan titik temu dari interaksi yang saling berkaitan antara interaksi ekonomi dan sosial di mana ketidakpastian muncul dari interaksi tersebut. Kepercayaan pada dasarnya hanya diperlukan dalam situasi ketidakpastian itu muncul. Menurut Yousafzai *et al.* (2003: 848) kepercayaan telah lama dianggap sebagai katalis dalam banyak transaksi antara pembeli dan penjual agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Ainur Rofiq (2007: 30) kepercayaan merupakan sebuah pondasi dari bisnis karena transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Selain itu, kepercayaan harus dibangun mulai dari awal dan butuh proses untuk tumbuhnya rasa kepercayaan antar mitra bisnis.

Berdasarkan berbagai pemaparan konsep kepercayaan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan kesediaan seseorang untuk bergantung pada mitra bisnisnya, karena mitra bisnisnya tersebut dianggap memiliki kredibilitas dan integritas. Kredibilitas dan integritas yang dimiliki mitra bisnis diperoleh dari usaha mitra bisnis itu

sendiri yang tentunya dibangun mulai dari awal dan butuh proses untuk tumbuh agar mendapatkan rasa kepercayaan seseorang terhadapnya.

Ketika menganalisis mengenai reputasi dan kepercayaan pada layanan *e-banking*, maka yang menjadi fokusnya adalah bank itu sendiri yang menyediakan layanan tersebut. Menurut Karsono (2008) dalam Frieda Elena (2011) Kepercayaan merupakan faktor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan antara rekan bisnis selain itu juga merupakan aset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi. Suatu organisasi harus mampu mengenali faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan tersebut agar dapat menciptakan, mengatur, memelihara, menyokong, dan mempertinggi tingkat hubungan dengan pelanggan. Lau dan Lee (1999: 343) juga menyatakan kepercayaan merupakan kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain berdasarkan pada pengalaman.

Pada kasus tertentu pada *e-banking* yang tidak memiliki kontak fisik langsung antara nasabah dan bank membuat lingkungan menjadi unik, di mana kepercayaan merupakan hal terpenting dalam *e-banking* (Yousafzai *et al.* 2003: 851). Seperti halnya pada layanan perbankan Rekening Ponsel, di mana layanan tersebut sangat membutuhkan kepercayaan dari nasabah karena layanan tersebut semakin meninggalkan kontak fisik antara nasabah dan bank. Untuk dikenal banyak orang dan dipercayai oleh nasabah, layanan Rekening Ponsel membutuhkan proses untuk dipercayai oleh nasabah.

Menurut Mayer *et al.* (1995: 171) banyak literatur yang menjelaskan mengenai faktor-faktor yang membentuk kepercayaan. Akan tetapi, terdapat 3 faktor yang paling penting dalam membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain di mana ketiga faktor tersebut termasuk dalam 10 karakteristik yang usulkan oleh Butler (1991). Ketiga faktor tersebut antara lain:

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual atau organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi.

b. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Keuntungan yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, akan tetapi kepuasan konsumen juga dipertimbangan. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen.

c. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak.

Menurut Jia, Shen (2003) dalam Sauca Ananda Pranidana (2009: 21), terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator kepercayaan (*trust*) yaitu: (1) sistem keamanan bank; (2) sistem kerahasiaan bank; (3) jaminan keamanan dan kerahasiaan; dan (4) kompensasi kerugian karena alasan keamanan dan kerahasiaan. Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti hanya menggunakan 2 indikator yang berupa sistem keamanan dan kerahasiaan. Pada penelitian ini, indikator untuk mengukur variabel kepercayaan mengacu pada penelitian Reipita Sari (2013) yang juga menggunakan 2 indikator sistem keamanan bank dan sistem kerahasiaan bank. Alasan penggunaan 2 indikator tersebut dalam penelitian ini karena menurut Gerrard dan Cunningham (2003), pihak nasabah lebih condong untuk meragukan aspek *trustability* pada kebijakan keamanan dan kerahasiaan (*security and privacy policy*) bank. Kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh yang signifikan pada keinginan nasabah untuk terlibat dalam transaksi finansial secara *online* dan pemberian informasi yang bersifat rahasia (seperti kerahasiaan *user id* dan *password*, akun pribadi, dan lain-lain). Dalam hal penggunaan Rekening Ponsel, kebanyakan pengguna tidak memahami betul sistem keamanan dan kerahasiaan dari Rekening Ponsel. Mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak

mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari Rekening Ponsel. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan.

B. Penelitian yang Relevan

1. Latif Fullah (2012)

Latif Fullah (2012) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta)”.

Penelitian Latif Fullah (2012) secara khusus menguji empat variabel independen yaitu persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko, dan kepercayaan. Penelitian Latif Fullah (2012) bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *internet banking* BRI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *internet banking* BRI.

Perbedaan penelitian Latif Fullah (2012) dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian yang tertuju pada *internet banking*, sedangkan penelitian ini tertuju pada layanan perbankan *mobile banking* berupa Rekening Ponsel. Persamaan penelitian ini dengan Latif Fullah (2012) adalah terletak pada penggunaan variabel independen yang berupa

persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko, dan kepercayaan, serta variabel dependen yang berupa minat menggunakan.

2. Nunik Yuli Winayu (2013)

Nunik Yuli Winayu (2013) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce* Forum Jual Beli Kaskus”.

Penelitian Nunik Yuli Winayu (2013) secara khusus menguji tiga variabel independen yaitu kepercayaan, *perceived easy of use* (persepsi kemudahan), dan *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan). Tujuan dari penelitian Nunik Yuli Winayu (2013) untuk mengetahui: (1) pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-commerce* forum jual beli kaskus (2) pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat menggunakan *e-commerce* forum jual beli kaskus, (3) pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat menggunakan *e-commerce* forum jual beli kaskus, (4) pengaruh kepercayaan, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara simultan terhadap minat menggunakan *e-commerce* forum jual beli kaskus pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Angkatan 2009 hingga 2012 FE UNY. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce* Forum Jual Beli Kaskus, *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce* Forum Jual Beli Kaskus, *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce* Forum Jual Beli Kaskus serta

kepercayaan, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Angkatan 2009 hingga 2012 FE UNY.

Perbedaan penelitian ini dengan Nunik Yuli Winayu (2013) adalah terletak pada satu variabel independen. Penelitian ini menggunakan variabel independen berupa persepsi risiko (*Perceived Risk*) dalam menganalisis minat menggunakan, sedangkan penelitian Nunik Yuli Winayu (2013) tidak menggunakan persepsi risiko. Objek penelitian pada Nunik Yuli Winayu (2013) tertuju pada *E-Commerce* Forum Jual Beli Kaskus, sedangkan penelitian ini tertuju pada layanan perbankan *mobile banking* berupa Rekening Ponsel. Persamaanya adalah menggunakan tiga variabel independen yang sama yaitu *perceived easy of use* (persepsi kemudahan untuk menggunakan), *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan), dan *trust* (kepercayaan), serta variabel dependen berupa minat menggunakan.

3. Andi Hakim Febriansyah (2010)

Andi Hakim Febriansyah (2010) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang USU Medan”.

Penelitian Andi Hakim Febriansyah (2010) secara khusus menguji empat variabel independen yaitu *perceived easy of use* (persepsi

kemudahan untuk menggunakan), *perceived usefulness* (persepsi pada daya guna), *risk* (risiko), dan *trust* (kepercayaan). Tujuan dari penelitian Andi Hakim Febriansyah (2010) adalah menganalisis pengaruh empat variabel independen tersebut terhadap variabel dependen yaitu keputusan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian koefisien Determinan (R^2), dapat diketahui nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 0,656 yang artinya 65,6% dari keputusan nasabah untuk menggunakan *Internet Banking* pada PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang USU Medan (Y) dipengaruhi secara bersama-sama oleh *perceived easy of use* (persepsi kemudahan untuk menggunakan) (X1), *perceived usefulness* (persepsi pada daya guna) (X2), *risk* (risiko) (X3) dan *trust* (kepercayaan) (X4), sedangkan sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk didalam penelitiannya.

Perbedaan penelitian ini dengan Andi Hakim Febriansyah (2010) adalah terletak pada variabel dependen. Penelitian ini menggunakan variabel dependen minat menggunakan, sedangkan Andi Hakim Febriansyah (2010) menggunakan keputusan konsumen. Objek penelitian pada Andi Hakim Febriansyah (2010) tertuju pada layanan perbankan yang berupa *internet banking*, sedangkan penelitian ini tertuju pada layanan *mobile banking* berupa Rekening Ponsel. Persamaanya adalah menggunakan empat variabel independen yang sama yaitu *perceived easy of use* (persepsi kemudahan untuk menggunakan), *perceived usefulness* (persepsi pada daya guna), *risk* (risiko), dan *trust* (kepercayaan).

4. Maida Hardiman (2012)

Maida Hardiman (2012) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Teknologi Informasi, *Trust* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus Pada Bank BNI 46 Yogyakarta Cabang UGM dan Malioboro)”.

Penelitian Maida Hardiman (2012) secara khusus menguji tiga variabel independen yaitu *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan), kepercayaan (*Trust*), dan *perceived easy of use* (persepsi kemudahan). Tujuan dari penelitian Maida Hardiman (2012) untuk mengetahui: (1) pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap minat nasabah Bank BNI 46 untuk menggunakan *Internet Banking*, (2) pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah Bank BNI 46 untuk menggunakan *Internet Banking*, (3) pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah Bank BNI 46 untuk menggunakan *Internet Banking*, (4) pengaruh persepsi kebermanfaatan, kepercayaan dan persepsi kemudahan secara bersama-sama terhadap minat nasabah Bank BNI 46 untuk menggunakan *Internet Banking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*, *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *Internet banking*, *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *Intenet banking*, dan Persepsi Kebermanfaatan, *Trust*, *Perceived Ease of Use* secara bersama-

sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *Intenet banking*.

Perbedaan penelitian ini dengan Maida Hardiman (2012) adalah terletak pada satu variabel independen. Penelitian ini menggunakan variabel independen persepsi risiko dalam menganalisis minat menggunakan, sedangkan penelitian Maida Hardiman (2012) tidak menggunakan persepsi risiko. Objek penelitian pada Maida Hardiman (2012) tertuju pada *internet banking*, sedangkan penelitian ini tertuju pada layanan perbankan *mobile banking* berupa Rekening Ponsel. Persamaanya adalah menggunakan tiga variabel independen yang sama yaitu *perceived easy of use* (persepsi kemudahan), *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan), dan *trust* (kepercayaan) serta variabel dependen berupa minat menggunakan.

C. Kerangka Berpikir

1. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007: 115). Perspektif kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakaiannya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Banyak penelitian sebelumnya yang mendukung pengaruh langsung persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan teknologi. Pengaruh langsung merupakan jalur kausal yang paling relevan dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung melalui persepsi kebermanfaatan yang dirasakan dan pengaruh tidak langsung tersebut dianggap kurang penting (Davis *et al.*, 1989; Szajna, 1996 dalam Venkatesh dan Moris, 2000: 118).

Nasabah CIMB Niaga yang beranggapan bahwa layanan Rekening Ponsel mudah untuk digunakan dan mudah untuk dipahami, maka nasabah tersebut akan senantiasa menggunakan Rekening Ponsel untuk melakukan transaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan, membeli pulsa, dan lain-lain. Sedangkan sebaliknya, jika pengguna beranggapan bahwa penggunaan layanan Rekening Ponsel tersebut rumit dan tidak mudah untuk digunakan maka akan memutuskan tidak menggunakan layanan Rekening Ponsel.

2. Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Persepsi Kebermanfaatan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang berkeyakinan bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2007: 114). Manfaat dari teknologi akan terbatas jika kemampuan untuk menjalankan teknologi tersebut juga terbatas sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh setiap individu tentunya akan berbeda pula tergantung seberapa besar mereka mampu mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut.

Nasabah CIMB Niaga yang beranggapan bahwa layanan Rekening Ponsel dapat memberikan manfaat bagi dirinya, maka dengan senang hati akan menggunakan layanan tersebut yang secara langsung akan berpengaruh pula terhadap minat melakukan transaksi dengan Rekening Ponsel. Sebaliknya, nasabah yang beranggapan bahwa layanan Rekening Ponsel tidak memberikan manfaat sama sekali bagi dirinya, maka otomatis tidak akan berminat untuk menggunakan layanan tersebut.

3. Pengaruh Risiko terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu. Ada dua bentuk ketidakpastian secara alami yang muncul, yaitu ketidakpastian perilaku (*behavioral uncertainty*) dan ketidakpastian lingkungan (*environmental uncertainty*) (Pavlou, 2001: 10).

Semakin tinggi ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan yang timbul maka semakin meningkatkan risiko. Apabila risiko yang dihadapi rendah dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel. Sebaliknya, apabila risiko yang akan diterimanya tinggi dalam menggunakan layanan Rekening Ponsel, seseorang pada umumnya cenderung akan menghindarinya. Oleh karena itu, risiko dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Rekening Ponsel.

4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Menurut Muhammad Rafiq (2009: 33) yang mengutip dari Doney dan Cannon (1997) serta Anderson dan Narus (1990) kepercayaan mempunyai dua elemen yaitu kredibilitas dan kejujuran. Kredibilitas berawal dari keyakinan akan suatu keahlian mitranya untuk melakukan tugas secara efektif dan dapat diandalkan. Sedangkan kejujuran merupakan suatu keyakinan bahwa maksud dan motivasi mitranya akan membawa keuntungan untuk bersama dan tidak akan melakukan tindakan yang akan berpengaruh negatif atau merugikan. Terdapat faktor-faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain, yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*).

Semakin tinggi kepercayaan nasabah CIMB Niaga terhadap layanan Rekening Ponsel, maka nasabah tersebut akan berminat untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan Rekening Ponsel, maka nasabah tersebut akan menjadi tidak berminat untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel.

5. Pengaruh Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Perspektif kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakaiannya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Nasabah CIMB Niaga yang beranggapan bahwa layanan Rekening Ponsel mudah untuk digunakan dan mudah untuk dipahami,

maka nasabah tersebut akan senantiasa menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk melakukan transaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan listrik, membeli pulsa, dan lain-lain. Sedangkan sebaliknya, jika pengguna beranggapan bahwa penggunaan layanan Rekening Ponsel tersebut rumit dan tidak mudah dimengerti maka akan memutuskan tidak menggunakan layanan Rekening Ponsel.

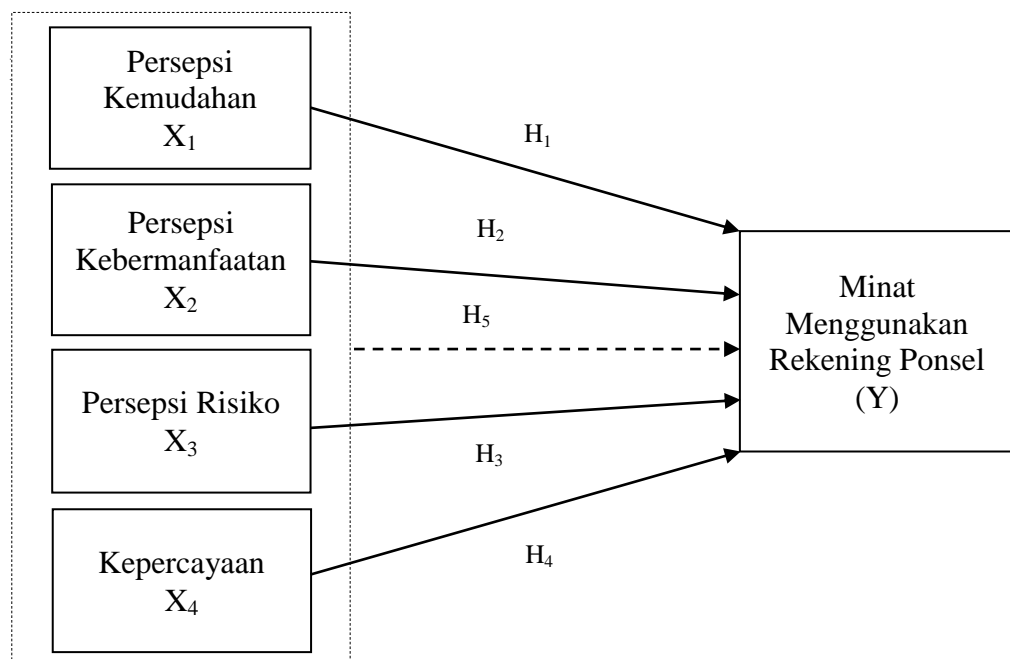
Persepsi kebermanfaatan mengandung indikasi bahwa nasabah CIMB Niaga yang beranggapan layanan Rekening Ponsel dapat memberikan manfaat bagi dirinya, maka dia dengan senang hati akan menggunakan layanan tersebut yang secara langsung akan berpengaruh pula terhadap minat melakukan transaksi dengan Rekening Ponsel. Sebaliknya, nasabah yang beranggapan layanan Rekening Ponsel tidak memberikan manfaat sama sekali bagi dirinya, maka otomatis dia tidak akan berminat untuk menggunakan layanan tersebut.

Semakin tinggi ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan yang timbul maka semakin meningkatkan risiko. Apabila risiko yang dihadapi rendah dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel. Sebaliknya, apabila risiko yang akan diterimanya tinggi dalam menggunakan layanan Rekening Ponsel, seseorang pada umumnya cenderung akan menghindarinya. Oleh karena itu, risiko dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan Rekening Ponsel.

Semakin tinggi kepercayaan nasabah CIMB Niaga terhadap layanan Rekening Ponsel, maka nasabah tersebut akan berminat untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan Rekening Ponsel, maka nasabah tersebut akan menjadi tidak berminat untuk menggunakan Rekening Ponsel. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel.

D. Paradigma Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka dapat digambarkan hubungan variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Keterangan:

—► = Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

---► = Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (simultan).

X₁ = Variabel Independen 1, Persepsi Kemudahan

X₂ = Variabel Independen 2, Persepsi Kebermanfaatan

X₃ = Variabel Independen 3, Persepsi Risiko

X₄ = Variabel Independen 4, Kepercayaan

Y = Variabel Dependen, Minat Menggunakan Rekening Ponsel

E. Hipotesis Penelitian

Untuk menarik kesimpulan, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis yaitu pernyataan yang dapat diuji mengenai hubungan potensial antara dua atau lebih variabel yaitu:

1. H₁ : Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. H₂ : Terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap minat menggunakan menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. H₃ : Terdapat pengaruh negatif persepsi risiko (*Perceived Risk*) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta.

4. H_4 : Terdapat pengaruh positif kepercayaan (*Trust*) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta.
5. H_5 : Terdapat pengaruh kemudahan (*Perceived Ease of Use*), kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*), persepsi risiko (*Perceived Risk*) dan kepercayaan (*Trust*) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di seluruh kantor cabang dan ATM bank CIMB Niaga yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Responden penelitian ini adalah nasabah CIMB Niaga yang sudah pernah menggunakan layanan Rekening Ponsel atau minimal sudah mengetahui informasi tentang layanan Rekening Ponsel. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan April 2014 untuk uji coba terhadap instrumen penelitian sekaligus membagi kuesioner, analisis data, dan penyusunan laporan penelitian.

B. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2001: 11). Unit analisis yang diteliti adalah nasabah CIMB Niaga yang sudah pernah menggunakan layanan Rekening Ponsel atau sudah mengetahui informasi tentang layanan Rekening Ponsel. Penelitian ini adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan

kepercayaan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2001: 72). Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu (Sugiyono, 2010: 61).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2001: 73). Metode sampling pada penelitian ini adalah sampling purposive. Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010: 68). Pertimbangan tertentu dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki kriteria sebagai nasabah CIMB Niaga yang pernah menggunakan layanan Rekening Ponsel atau minimal telah mengetahui informasi mengenai layanan tersebut. Dalam penelitian ini jumlah populasi nasabah CIMB Niaga di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sangat sulit untuk diketahui secara pasti.

Rao Purba (1996) dalam Rizqi Aditya (2011: 42) mengatakan bahwa dalam menentukan besaran sampel, apabila populasi berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui, maka digunakan rumus sebagai berikut:

(1)

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

Z : tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel 95% = 1,96

moe : Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi,
di sini ditetapkan sebesar 10%

Dengan dasar tersebut maka dapat dilihat ukuran sampel minimal yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04 \approx 97$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang dapat diambil dari populasi yang besar sebanyak 96,04 orang, apabila dibulatkan maka banyaknya sampel adalah sebesar 97 responden.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2001: 31). Definisi operasional variabel bertujuan untuk mengoperasikan

variabel-variabel penelitian sehingga dapat diukur secara empiris. Untuk mengoperasionalkan variabel penelitian, dilakukan melalui operasionalisasi konsep teori yang digunakan untuk setiap variabel. Variabel-variabel yang terdapat di dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2001: 33). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat menggunakan Rekening Ponsel. Minat menggunakan Rekening Ponsel adalah keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi telekomunikasi dan/atau internet dengan mengakses fitur layanan yang ada di Rekening Ponsel. Instrumen pengukur variabel independen minat dalam penelitian ini, yaitu: keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, berlanjut di masa yang akan datang. Variabel ini diukur melalui sembilan item pertanyaan. Setiap item diukur dengan menggunakan skala sikap model *likert*. Skala sikap digunakan untuk mengetahui penilaian seseorang terhadap suatu hal. Dalam skala sikap ini, responden menyatakan persetujuannya dan ketidaksetujuannya terhadap sejumlah pernyataan yang berhubungan dengan obyek yang diteliti. Setiap item diukur dengan menggunakan Skala *Likert* untuk pertanyaan positif mulai dari skor 1 sangat tidak setuju sampai skor 4 untuk sangat setuju, sedangkan untuk pertanyaan negatif mulai dari skor 1 sangat setuju sampai 4 untuk sangat

tidak setuju. Penelitian ini menggunakan skor 4 pilihan Skala *Likert* karena untuk menghindari responden menjawab netral (ragu-ragu).

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2001: 33). Variabel independen dalam penelitian ini antara lain adalah:

a. Persepsi Kemudahan

Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) dalam hal penggunaan sebuah teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan dalam penggunaan juga mengandung maksud bahwa teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari atau sekaligus menggunakan. Indikator untuk mengukur variabel kemudahan penggunaan ini berupa layanan Rekening Ponsel mudah dimengerti, layanan Rekening Ponsel mudah untuk digunakan, penggunaan Rekening Ponsel tidak membutuhkan banyak usaha, dan mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.

b. Persepsi Kebermanfaatan

Persepsi Kebermanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat

meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi penggunanya. Dengan demikian, jika seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi dapat mendatangkan manfaat baik itu dapat berupa peningkatan kinerja atau keuntungan bagi dirinya, maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi kurang bermanfaat maka dia tidak akan menggunakannya. Persepsi kebermanfaatan juga dapat disimpulkan sebagai keputusan seseorang akan menggunakan sebuah teknologi apabila teknologi itu dapat memberikan pengaruh positif bagi dirinya. Indikator untuk mengukur variabel kebermanfaatan adalah mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*), mampu menambah tingkat produktivitas individu (*increase productivity*), mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enhances effectiveness*), dan mampu memberikan manfaat bagi individu (*useful*).

c. Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan suatu anggapan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu. Ada dua bentuk ketidakpastian secara alami yang muncul, yaitu ketidakpastian perilaku (*behavioral uncertainty*) dan ketidakpastian lingkungan (*environmental uncertainty*) (Pavlou, 2001: 10). Semakin tinggi ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan yang timbul maka semakin

meningkatkan risiko. Indikator untuk mengukur variabel risiko ini berupa ada risiko tertentu, mengalami kerugian, dan pemikiran bahwa berisiko.

d. Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan seseorang untuk bergantung pada mitra bisnisnya, karena mitra bisnisnya tersebut dianggap memiliki kredibilitas dan integritas. Kredibilitas dan integritas yang dimiliki mitra bisnis diperoleh dari usaha mitra bisnis itu sendiri yang tentunya dibangun mulai dari awal dan butuh proses untuk tumbuh agar mendapatkan rasa kepercayaan seseorang terhadapnya. Indikator untuk mengukur tingkat kepercayaan (*trust*) pada layanan Rekening Ponsel adalah sistem keamanan bank dan sistem kerahasiaan bank.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2001: 135) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner akan lebih efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Alasan digunakannya angket/kuesioner adalah anggapan bahwa: subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya, apa yang dinyatakan

subjek dalam penelitian adalah dapat dipercaya, interpretasi subjek tentang pertanyaan adalah sama dengan persepsi yang dimaksud peneliti (Sutrisno Hadi, 2004: 57).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti berupa pertanyaan atau pernyataan yang bersifat tertutup. Kuesioner akan diberikan langsung oleh peneliti kepada responden.

F. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2001: 97) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Fenomena alam maupun sosial juga disebut sebagai variabel penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Penyusunan kuesioner dalam penelitian ini akan disusun dengan cara memodifikasi kuesioner dari penelitian terdahulu yang relevan. Dalam penyusunan instrumen penelitian, peneliti menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2001: 86). Berikut ini merupakan skor skala *likert* untuk analisis kuantitatif dalam penelitian:

Tabel 2. Skor Skala *Likert*

Pernyataan Positif		Pernyataan Negatif	
Jawaban	Skor	Jawaban	Skor
Sangat setuju	4	Sangat setuju	1
Setuju	3	Setuju	2
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	3
Sangat Tidak setuju	1	Sangat Tidak setuju	4

Penelitian ini membutuhkan jawaban yang pasti, maka dari itu pilihan jawaban ragu-ragu atau netral tidak disajikan sebagai pilihan jawaban responden. Berikut ini merupakan kisi-kisi instrumen penelitian:

Tabel 3. Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Nomor Item
1	Minat Menggunakan	1. Keinginan untuk menggunakan	1,2,3
		2. Selalu mencoba menggunakan	4,5,6
		3. Berlanjut di masa yang akan datang	7,8,9
2	Persepsi Kemudahan	1. Mudah dimengerti	1,2,3
		2. Mudah untuk digunakan	4,5,6
		3. Tidak dibutuhkan banyak usaha	7,8,9
		4. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna	10,11,12
3	Persepsi Kebermanfaatan	1. Mampu meningkatkan kinerja individu	1,2,3
		2. Mampu menambah tingkat produktivitas individu	4,5,6
		3. Mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu	7,8,9
		4. Mampu memberikan manfaat bagi individu	10,11,12
4	Persepsi Risiko	1. Ada risiko tertentu	1,2,3
		2. Mengalami kerugian	4,5,6
		3. Pemikiran bahwa berisiko	7,8,9
5	Kepercayaan	1. Sistem keamanan	1,2,3
		2. Sistem kerahasiaan	4,5,6

G. Uji Coba Instrumen

Agar suatu instrumen dapat memperoleh hasil yang diandalkan, maka instrumen harus memenuhi kriteria validitas dan reabilitas. Uji coba instrumen dilakukan kepada responden yang berada di dalam populasi, tetapi di luar sampel penelitian. Uji coba instrumen dilakukan kepada 30 nasabah CIMB Niaga yang mengetahui layanan Rekening Ponsel. Uji coba instrumen yang akan dilaksanakan meliputi sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghazali (2006: 49) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Sugiyono (2001: 109) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid mengandung maksud bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Teknik yang digunakan untuk uji validitas pada penelitian ini adalah teknik korelasi *product moment* dari *pearson* dengan rumus:

(2)

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

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara X dan Y

N : Jumlah subjek

$\sum XY$: Jumlah hasil kali nilai X dan Y

$\sum X$: Jumlah nilai X

$\sum Y$: Jumlah nilai Y

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat nilai Y

(Suharsimi Arikunto, 2006: 170)

Setelah r_{hitung} ditemukan, nilai r_{hitung} tersebut kemudian dikonsultasikan dengan tabel untuk mengetahui butir yang valid dan tidak valid. Dengan pedoman bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada signifikansi 5% maka butir item dianggap valid, sedangkan bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item itu dianggap tidak valid.

Hasil uji validitas dengan metode *Pearson Correlation* dapat dilihat Tabel berikut:

Tabel 4. Uji Validitas Minat Menggunakan

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,745	0,361	Valid
Pertanyaan 2	0,668	0,361	Valid
Pertanyaan 3	0,646	0,361	Valid
Pertanyaan 4	0,691	0,361	Valid
Pertanyaan 5	0,561	0,361	Valid
Pertanyaan 6	0,762	0,361	Valid
Pertanyaan 7	0,560	0,361	Valid
Pertanyaan 8	0,615	0,361	Valid
Pertanyaan 9	0,744	0,361	Valid

Sumber: (Data primer yang telah diolah)

Tabel 5. Uji Validitas Persepsi Kemudahan

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,679	0,361	Valid
Pertanyaan 2	0,601	0,361	Valid
Pertanyaan 3	0,587	0,361	Valid
Pertanyaan 4	0,636	0,361	Valid
Pertanyaan 5	0,516	0,361	Valid
Pertanyaan 6	0,614	0,361	Valid
Pertanyaan 7	0,666	0,361	Valid
Pertanyaan 8	0,751	0,361	Valid
Pertanyaan 9	0,621	0,361	Valid
Pertanyaan 10	0,341	0,361	Tidak Valid
Pertanyaan 11	0,480	0,361	Valid
Pertanyaan 12	0,624	0,361	Valid

Sumber: (Data primer yang telah diolah)

Tabel 6. Uji Validitas Persepsi Kebermanfaatan

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,828	0,361	Valid
Pertanyaan 2	0,815	0,361	Valid
Pertanyaan 3	0,790	0,361	Valid
Pertanyaan 4	0,953	0,361	Valid
Pertanyaan 5	0,845	0,361	Valid
Pertanyaan 6	0,943	0,361	Valid
Pertanyaan 7	0,950	0,361	Valid
Pertanyaan 8	0,852	0,361	Valid
Pertanyaan 9	0,789	0,361	Valid
Pertanyaan 10	0,688	0,361	Valid
Pertanyaan 11	0,713	0,361	Valid
Pertanyaan 12	0,681	0,361	Valid

Sumber: (Data primer yang telah diolah)

Tabel 7. Uji Validitas Persepsi Risiko

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,610	0,361	Valid
Pertanyaan 2	0,794	0,361	Valid
Pertanyaan 3	0,858	0,361	Valid
Pertanyaan 4	0,474	0,361	Valid
Pertanyaan 5	0,690	0,361	Valid
Pertanyaan 6	0,290	0,361	Tidak Valid
Pertanyaan 7	0,829	0,361	Valid
Pertanyaan 8	0,635	0,361	Valid
Pertanyaan 9	0,703	0,361	Valid

Sumber: (Data primer yang telah diolah)

Tabel 8. Uji Validitas Kepercayaan

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,751	0,361	Valid
Pertanyaan 2	0,661	0,361	Valid
Pertanyaan 3	0,802	0,361	Valid
Pertanyaan 4	0,841	0,361	Valid
Pertanyaan 5	0,727	0,361	Valid
Pertanyaan 6	0,868	0,361	Valid

Sumber: (Data primer yang telah diolah)

Berdasarkan Tabel di atas, diperoleh nilai r_{hitung} dari semua item pada variabel Minat Menggunakan Rekening Ponsel, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan menunjukkan lebih besar dari r_{tabel} , terkecuali pada butir pernyataan Persepsi Kemudahan (butir 10) dan Persepsi Risiko (butir 6). Butir-butir pernyataan yang tidak valid tersebut memiliki nilai r_{hitung} lebih kecil dari 0,361, sementara butir-butir yang lain yang mempunyai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2001, 110) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu:

(3)

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

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varian butir

$\sigma^2 t$: Varian total

(Suharsimi Arikunto, 2006: 196)

Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai Alpha melebihi 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut reliabel dan jika nilai Alpha kurang dari 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut tidak reliabel (Imam Ghazali, 2006: 46). Perhitungan untuk mencari tingkat keandalan data instrumen dalam penelitian ini dibantu dengan *software* komputer berupa SPSS.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Kriteria	Keterangan
Minat Menggunakan Rekening Ponsel	0,843	0,6	<i>Reliabel</i>
Persepsi Kemudahan	0,842	0,6	<i>Reliabel</i>
Persepsi Kebermanfaatan	0,956	0,6	<i>Reliabel</i>
Persepsi Risiko	0,858	0,6	<i>Reliabel</i>
Kepercayaan	0,873	0,6	<i>Reliabel</i>

Sumber: (Data primer yang telah diolah)

Berdasarkan Tabel 5 di atas, diperoleh nilai nilai *Alpha Cronbach* dari semua variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari nilai 0,6. Dengan demikian jawaban-jawaban responden dari variabel-variabel penelitian tersebut reliabel, sehingga kuesioner dari variabel-variabel tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian yaitu persepsi kemudahan (X_1), persepsi kebermanfaatan (X_2), persepsi risiko (X_3), dan kepercayaan (X_4) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga (Y). Analisis statistik deskriptif meliputi nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata (*mean*), median, modus, dan standar deviasi dari variabel-variabel penelitian. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat

gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

Penentuan tabel distribusi frekuensi dilakukan dengan menentukan kelas interval menghitung rentang data dan menentukan panjang kelas, untuk menentukannya menggunakan rumus *Sturges* sebagai berikut:

(4)

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

Keterangan:

K = Jumlah kelas interval

n = Jumlah data atau responden

Log = Logaritma

(Sugiyono, 2010: 35)

Untuk menghitung rentang data digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang data} = \text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum} + 1$$

(Sugiyono, 2010: 36)

Untuk menentukan panjang kelas digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Panjang kelas} = \text{Rentang kelas} / \text{Jumlah kelas}$$

(Sugiyono, 2010: 36-37)

Menurut Azwar Saifuddin (2010) untuk mengetahui kategorisasi pada masing-masing variabel digunakan formulasi sebagai berikut:

- a. Kategori sangat tinggi : $M_i + 1,5S_i < X \leq M_i + 3S_i$
- b. Kategori tinggi : $M_i + 0,5S_i < X \leq M_i + 1,5S_i$
- c. Kategori sedang : $M_i - 0,5S_i < X \leq M_i + 0,5S_i$

d. Kategori rendah : $M_i - 1,5S_i < X \leq M_i - 0,5S_i$

e. Kategori sangat rendah : $M_i - 3S_i < X \leq M_i - 1,5S_i$

Keterangan:

Mean ideal (M_i) = $\frac{1}{2}$ (nilai maksimum + nilai minimum)

Standar deviasi ideal (S_i) = $\frac{1}{6}$ (nilai maksimum – nilai minimum)

2. Analisis Prasyarat

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistik parametrik asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah terdistribusi secara normal. Maksud data terdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Distribusi normal data dengan bentuk distribusi normal di mana data memusat pada nilai rata-rata dan median (Purbayu Budi Santosa dan Ashari, 2005: 231). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan rumus nilai Z_{kurtosis} sebagai berikut (Imam Ghozali, 2006: 150):

(5)

$$Z_{\text{kurtosis}} = \frac{\text{Kurtosis}}{\sqrt{24 / N}}$$

Dimana N adalah jumlah sampel, jika nilai Z hitung lebih besar dari Z tabel maka distribusi tidak normal. Tingkat signifikansi 0,05 nilai Z tabel = 1.96.

b. Uji Linieritas

Asumsi linieritas menyatakan bahwa untuk setiap persamaan regresi linear, hubungan antara variabel independen dan dependen harus linier (hubungan antar variabel mengikuti garis linear). Asumsi ini akan menentukan jenis persamaan estimasi yang digunakan, apakah persamaan logaritma, persamaan kubik, kuadratik atau inverse (Purbayu Budi Santosa dan Ashari, 2005: 244). Analisis regresi linear dapat dilakukan apabila asumsi linieritas terpenuhi. Untuk mengetahui hal tersebut digunakan uji F dengan rumus:

(6)

$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Keterangan:

F_{reg} : Harga bilangan F untuk garis regresi

RK_{reg} : Rerata kuadrat garis regresi

RK_{res} : Rerata kuadrat residu

Dari hasil perhitungan nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel. Jika F hitung lebih besar dari F tabel, maka hipotesis nol yang menyatakan bahwa spesifikasi model dalam bentuk fungsi linear ditolak.

c. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Uji asumsi klasik dalam

penelitian ini mencakup uji multikolineritas dan uji heterokedastisitas. Uji asumsi tersebut secara lebih jelas diuraikan sebagai berikut.

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala ini ditunjukkan dengan kolerasi yang signifikan antar variabel independen. Apabila terjadi gejala multikolinearitas, salah satu langkah untuk memperbaiki model adalah dengan menghilangkan variabel dari model regresi, sehingga bisa dipilih model yang paling baik (Purbayu Budi Santosa dan Ashari, 2005: 238). Ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang dapat dihitung dengan rumus:

(7)

$$VIF = \frac{1}{ToleranceValue}$$

Tolerance Value dan VIF menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya atau dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat). *Tolerance Value* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi karena $VIF = 1/Tolerance Value$. Nilai

yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance Value* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≤ 10 maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independennya (Imam Ghozali, 2006: 97).

2) Uji Heterokedastisitas

Asumsi heterokedastisitas adalah asumsi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam regresi, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama varians dengan residual. Gejala varians yang tidak sama ini disebut dengan gejala heterokedastisitas, sedangkan adanya gejala varians residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut homokedastisitas (Purbayu Budi Santosa dan Ashari, 2005: 242). Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas adalah Uji Glejser yang mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Gujarati dalam Iman Ghozali, 2006: 129), dengan persamaan regresi:

(8)

$$U_t = \alpha + \beta X_t + v_i$$

Jika variabel independen signifikan secara statistik tidak mempengaruhi variabel dependen, maka tidak terdapat indikasi terjadi heterokedastisitas. Hal ini dapat dilihat apabila dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% (Iman Ghozali, 2006: 129)

I. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis itu. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan risiko. Besar kecilnya risiko dinyatakan dalam bentuk probabilitas (Iqbal Hasan, 2003: 140). Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Analisis regresi sederhana

Menurut Sugiyono (2011: 237), regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama sampai hipotesis keempat (H_1 , H_2 , H_3 dan H_4) dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Membuat garis linier sederhana

(9)

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' : Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a : Harga Y ketika harga $X = 0$ (harga konstanta)

b : Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila $b (+)$ maka naik, dan bila $(-)$ maka terjadi penurunan

X : Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

(Sugiyono, 2010: 261)

b. Menguji signifikan uji t

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi konstanta dan setiap variabel independen akan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu dengan rumus:

(10)

$$t = \frac{r(\sqrt{n-2})}{(\sqrt{1-r^2})}$$

Keterangan:

t : t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah ke- n

(Sugiyono, 2010: 230)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel

dependen. Jika t hitung lebih kecil daripada t tabel dengan taraf signifikansi 5% maka mempunyai pengaruh yang tidak signifikan. Sebaliknya jika t hitung lebih besar atau sama dengan t tabel pada taraf signifikansi 5% maka mempunyai pengaruh yang signifikan (Imam Ghozali, 2006: 89).

2. Analisis regresi berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel dependen. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis kelima (H_5). Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga. Dalam analisis ini dapat diketahui koefisien regresi variabel terhadap variabel terikat, koefisien determinasi, sumbangan relatif serta sumbangan efektif masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam analisis regresi ganda, langkah-langkah yang harus ditempuh adalah sebagai berikut:

- a. Membuat persamaan garis dengan dua prediktor, dengan rumus:

(11)

$$Y = aX_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + a_4X_4 + k$$

Keterangan:

Y : kriteria

$X_1X_2X_3X_4$: prediktor 1, prediktor 2, prediktor 3, prediktor 4

a_1 : koefisien prediktor X_1

a_2 : koefisien prediktor X_2

a_3 : koefisien prediktor X_3

a_4 : koefisien prediktor X_4

k : bilangan konstan

(Sutrisno Hadi, 2004: 18)

- b. Mencari koefisien determinasi antara prediktor X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 dengan kriteria Y , dengan rumus:

(12)

$$R^2_{y(1,2,3,4)} = \frac{(a_1 \sum X_1 Y + a_2 \sum X_2 Y + a_3 \sum X_3 Y + a_4 \sum X_4 Y)}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

$R^2_{y(1,2,3,4)}$: koefisien determinasi antara Y dengan X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4

a_1 : koefisien prediktor X_1

a_2 : koefisien prediktor X_2

a_3 : koefisien prediktor X_3

a_4 : koefisien prediktor X_4

$\sum X_1$: jumlah produk antara X_1 dengan Y

$\sum X_2$: jumlah produk antara X_2 dengan Y

$\sum X_3$: jumlah produk antara X_3 dengan Y

$\sum X_4$: jumlah produk antara X_4 dengan Y

$\sum Y^2$: jumlah kuadrat kriteria Y

(Sutrisno Hadi, 2004: 22)

- c. Keberartian regresi ganda diuji dengan mencari signifikan harga F, dengan rumus:

(13)

$$F_{reg} = \frac{R^2 (N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

F_{reg} : Harga F garis regresi

N : Cacah kasus

m : Cacah Prediktor

R^2 : koefisien determinasi antara kriteria dengan prediktor

(Sutrisno Hadi, 2004: 23)

Setelah diperoleh hasil perhitungan, kemudian F hitung dikonsultasikan dengan F tabel pada taraf signifikansi 5%. Apabila F hitung lebih besar atau sama dengan F tabel, maka mempunyai pengaruh yang signifikan. Sebaliknya jika F hitung lebih kecil dari F tabel pada taraf signifikansi 5%, berarti mempunyai pengaruh yang tidak signifikan (Imam Ghozali, 2006: 88).

- d. Mencari besarnya sumbangan setiap variabel prediktor terhadap kriteria, dengan rumus:

1) Sumbangan Relatif (SR%)

Sumbangan relatif dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

(14)

$$SR\% = \frac{a \sum xy}{JK_{reg}}$$

Keterangan:

SR% : Sumbangan Relatif dari suatu prediktor

a : koefisien prediktor

$\sum xy$: jumlah produk antara x dan y

JK_{reg} : jumlah kuadrat regresi

(Sutrisno Hadi, 2004: 37)

Sumbangan Relatif mengandung makna yang menunjuk pada besarnya dukungan semua prediktor secara bersama-sama membentuk 100% (Suharsimi Arikunto, 2009: 456).

2) Sumbangan Efektif (SE%)

Sumbangan Efektif adalah sumbangan prediktor, yang secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri telah memberikan andil kepada kriterium (Suharsimi Arikunto, 2009: 456).

Sumbangan Efektif dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

(15)

$$SE\% = \frac{a \sum xy}{\sum y^2}$$

Keterangan:

SE% : Sumbangan Efektif dari suatu prediktor

a : koefisien prediktor

$\sum xy$: jumlah produk antara x dan y

$\sum y^2$: jumlah produk antara x dan y

(Sutrisno Hadi, 2004: 37)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Bank CIMB Niaga Tbk atau yang lebih dikenal dengan CIMB Niaga adalah sebuah bank yang berdiri pada tahun 1955. Saat ini CIMB Niaga merupakan bank terbesar keempat di Indonesia dilihat dari sisi aset, dan diakui prestasi dan keunggulannya di bidang pelayanan nasabah dan pengembangan manajemen. Saat ini mayoritas saham Bank CIMB Niaga dimiliki oleh CIMB Group. Bank CIMB Niaga merupakan bank pembayar (*payment bank*) KSEI terbesar dari nilai transaksi dan dengan pangsa pasar 11%, saat ini CIMB Niaga adalah bank penyedia kredit pemilikan rumah terbesar ketiga di Indonesia. Kini Bank CIMB Niaga telah menjalin kerjasama dengan MNC Group untuk meningkatkan layanan belanja online "Rakuten" yang juga anak perusahaan MNC Group. CIMB Niaga pertama kali didirikan pada tanggal 26 September 1955 sebagai bank swasta nasional dengan nama Bank Niaga. Setelah terbentuk, membangun nilai-nilai inti dan profesionalisme karyawan menjadi perhatian utama bank. Pada tahun 1969, ketika sektor swasta di Indonesia dilanda krisis, Bank Niaga mampu bertahan dan berhak memperoleh jaminan dari Bank Indonesia. Bank Niaga kemudian merevisi rencana usahanya pada tahun 1974, dan berganti menjadi bank umum agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Industri perbankan adalah salah satu industri yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi. Untuk menampilkan sebuah keunggulan, biasanya perusahaan jasa seperti perbankan selalu menawarkan berbagai kemudahan layanan untuk memperoleh nasabah mereka yang tentunya dengan menggunakan daya dukung teknologi informasi. Adapun berbagai layanan perbankan yang berbasis teknologi informasi atau lebih dikenal sebagai layanan *e-banking*, seperti ATM (*Authomatic Teller Machine*), *internet banking*, *mobile banking*, *sms banking*, *credit card*, dan lain sebagainya.

Rekening Ponsel merupakan layanan terbaru dari *mobile banking* CIMB Niaga (*Go Mobile*) yang memungkinkan penggunaanya untuk melakukan transfer dana ke nomor ponsel manapun di seluruh Indonesia, tarik tunai di seluruh ATM CIMB Niaga dengan menggunakan ponsel (tanpa kartu ATM) dan melakukan serangkaian transaksi lainnya seperti pembayaran tagihan dan pembelian pulsa ponsel Prabayar. Rekening Ponsel juga disebut sebagai produk *mobile wallet* pertama di Indonesia dan telah mendapatkan pengukuhan predikat oleh Dewan MURI. Dalam penelitian ini, peneliti hanya fokus pada layanan *mobile banking* berupa Rekening Ponsel, dengan kata lain peneliti tidak melakukan penelitian layanan *e-banking* lainnya. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner pada nasabah bank CIMB Niaga sebanyak 150 kuesioner dengan tingkat pengembalian 100%. Dari seluruh kuesioner yang kembali, peneliti memilih 97 kuesioner terbaik yang skor jawabannya lengkap dan dianggap layak untuk dijadikan sebagai data penelitian.

1. Deskripsi Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sampel penelitian untuk 97 orang responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
Laki – laki	62	63.9%
Perempuan	35	36.1%
Total	97	100%

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah berjenis kelamin laki - laki, yaitu sebanyak 62 orang (63,9%) dan sisanya sebesar 35 orang (36,1%) berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sampel penelitian untuk 97 orang responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel 11:

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
< 25 tahun	43	44.3%
25 - 35 tahun	43	44.3%
> 35 tahun	11	11.3%
Total	97	100%

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari tabel 11 karakteristik responden berdasarkan usia dapat diketahui bahwa sebagian besar adalah berusia antara 25-35 tahun dan kurang dari 25 tahun yaitu masing-masing sebanyak 43 orang (44,3%), dan sisanya sebesar 11,3% atau 11 orang berusia lebih dari 35 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden mayoritas berusia dewasa.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sampel penelitian untuk 97 orang responden berdasarkan pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel 12:

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Mahasiswa/pelajar	12	12.4%
Pegawai negeri	15	15.5%
Pegawai swasta	53	54.6%
Wirausaha	8	8.2%
IRT	7	7.2%
Lainnya	2	2.1%
Total	97	100%

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari tabel 12 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat diketahui bahwa sebagian besar adalah pegawai swasta sebanyak 53 orang (54,6%), mahasiswa/pelajar sebesar 12,4% atau 12 orang, pegawai negeri sebanyak 15 orang atau 15,5%, wirausaha sebanyak 8 orang atau 8,2%, IRT sebanyak 7 orang atau 7,2% dan lainnya sebanyak 2 orang atau 2,1%. Hal ini menunjukkan bahwa responden mayoritas pegawai swasta.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Sampel penelitian untuk 97 orang responden berdasarkan sumber informasi dapat ditunjukkan pada tabel 13:

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Sumber Informasi	Jumlah	Presentase
Promosi Bank	66	68.0%
Internet	10	10.3%
Media Massa	17	17.5%
Teman	4	4.1%
Total	97	100.0%

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari tabel 13 karakteristik responden berdasarkan sumber informasi dapat diketahui bahwa sebagian besar memperoleh informasi dari promosi bank yaitu sebanyak 66 orang (68%), internet sebesar 10,3% atau 10 orang, media massa sebanyak 17 orang atau 17,5%, dan teman sebanyak 4 orang atau 4,1%. Hal ini menunjukkan bahwa responden mayoritas memperoleh informasi dari promosi bank.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengetahui Rekening Ponsel

Sampel penelitian untuk 97 orang responden berdasarkan lama mengetahui dapat ditunjukkan pada tabel 14:

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengetahui

Lama Mengetahui	Jumlah	Presentase
< 3 bulan	48	49.5%
3 - 6 bulan	14	14.4%
> 6 bulan	35	36.1%
Total	97	100.0%

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari tabel 14 karakteristik responden berdasarkan lama mengetahui dapat diketahui bahwa sebagian besar kurang dari 3 bulan yaitu sebanyak 48 orang (49,5%), antara 3–6 bulan sebesar 14,4% atau 14 orang, dan lebih dari 6 bulan sebanyak 35 orang atau 36,1%. Hal ini menunjukkan bahwa responden mayoritas belum lama mengetahui Rekening Ponsel Bank CIMB Niaga.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Rekening Ponsel

Sampel penelitian untuk 97 orang responden berdasarkan menggunakan Rekening Ponsel dapat ditunjukkan pada tabel 15:

Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Rekening Ponsel

Menggunakan	Jumlah	Presentase
Tidak	45	46.4%
Ya	52	53.6%
Total	97	100.0%

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari tabel 15 karakteristik responden berdasarkan menggunakan Rekening Ponsel dapat diketahui bahwa sebanyak 52

orang (53,6%) menggunakan Rekening Ponsel, dan sisanya sebanyak 45 orang atau 46,4% tidak menggunakan Rekening Ponsel. Hal ini menunjukkan bahwa responden mayoritas sudah menggunakan Rekening Ponsel.

g. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Rekening Ponsel

Sampel penelitian untuk 52 orang responden yang pernah menggunakan Rekening Ponsel berdasarkan lama menggunakan dapat ditunjukkan pada tabel 16:

Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Rekening Ponsel

Lama Menggunakan	Jumlah	Presentase
< 3 bulan	22	42.3%
3 - 6 bulan	7	13.5%
> 6 bulan	23	44.2%
Total	52	100.0%

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari tabel 16 karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan Rekening Ponsel dapat diketahui bahwa sebanyak 23 orang (44,2%) menggunakan Rekening Ponsel lebih dari 6 bulan, sebanyak 22 orang atau 42,3% menggunakan Rekening Ponsel kurang dari 3 bulan dan sebanyak 7 orang atau 13,5% antara 3–6 bulan. Hal ini menunjukkan bahwa responden mayoritas menggunakan Rekening Ponsel Bank CIMB Niaga lebih dari 6 bulan.

h. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Rekening Ponsel

Sampel penelitian untuk 52 orang responden yang pernah menggunakan Rekening Ponsel berdasarkan frekuensi menggunakan Rekening Ponsel dalam 1 bulan dapat ditunjukkan pada tabel 17:

Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Rekening Ponsel dalam 1 Bulan

Frekuensi Penggunaan dalam 1 Bulan	Jumlah	Presentase
1 - 2 kali	38	73.1%
3 - 4 kali	5	9.6%
> 4 kali	9	17.3%
Total	52	100%

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari tabel 17 karakteristik responden berdasarkan frekuensi menggunakan Rekening Ponsel dapat diketahui bahwa sebanyak 38 orang (73,1%) menggunakan Rekening Ponsel antara 1–2 kali dalam sebulan, sebanyak 5 orang atau 9,6% menggunakan Rekening Ponsel antara 3 - 4 kali dalam sebulan, dan sebanyak 9 orang atau 17,3% lebih dari 4 kali dalam sebulan.

B. Analisis Deskriptif Statistik

1. Variabel Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Y)

Hasil analisis deskriptif variabel minat menggunakan Rekening Ponsel diperoleh nilai tertinggi (*max*) sebesar 36 dan nilai terendah (*min*) sebesar 18 dengan rata-rata sebesar 26,8 dan standar deviasi sebesar 4,5.

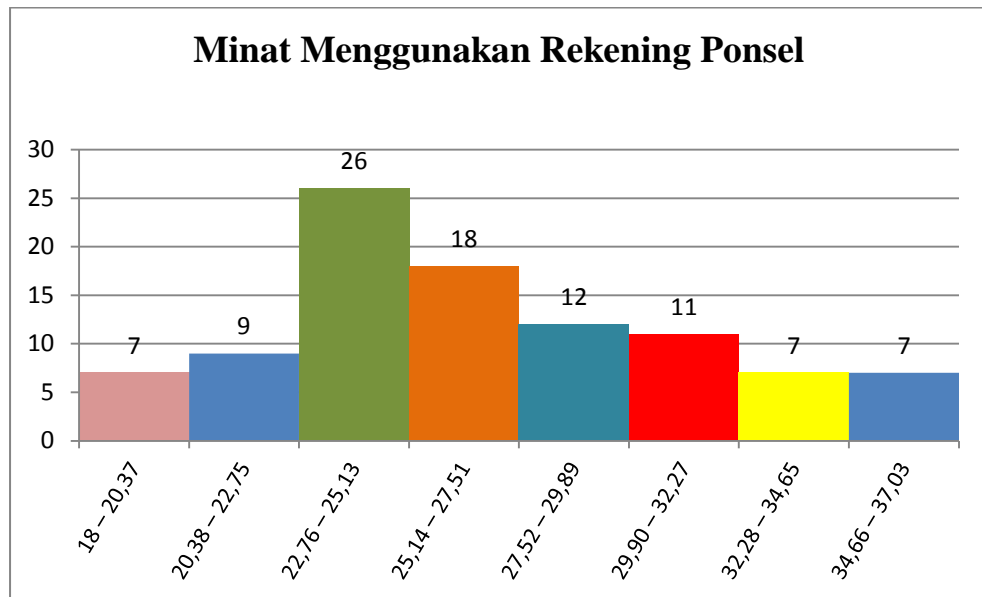
Cara mengetahui jumlah kelas interval digunakan rumus *Sturges* (*Sturges Rule*), yaitu jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log n$, maka dapat diketahui jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log 97 = 7,6$ dibulatkan menjadi 8. Rentang data sebesar $36 - 18 + 1 = 19$. Dengan diketahui rentang data, maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu $19/8 = 2,375$ dibulatkan menjadi 2,38. Berdasarkan perhitungan tersebut kemudian dibuat tabel distribusi frekuensi variabel minat menggunakan Rekening Ponsel sebagai berikut:

Tabel 18. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menggunakan Rekening Ponsel

No	Kelas interval	Frekuensi	Presentase
1	18 – 20,37	7	7%
2	20,38 – 22,75	9	9%
3	22,76 – 25,13	26	27%
4	25,14 – 27,51	18	19%
5	27,52 – 29,89	12	13%
6	29,90 – 32,27	11	11%
7	32,28 – 34,65	7	7%
8	34,66 – 37,03	7	7%
Jumlah		97	100%

Sumber: Data diolah 2014

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas, dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



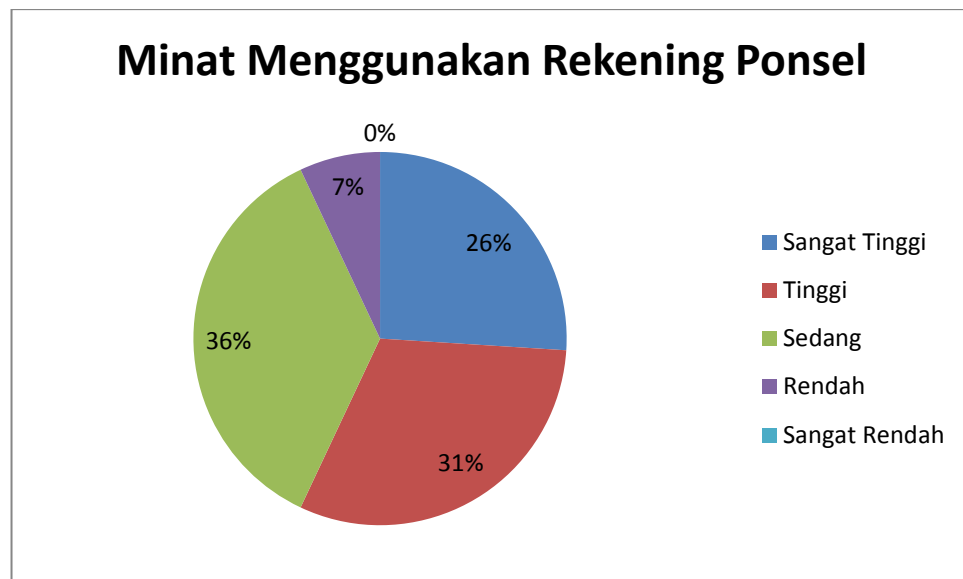
Gambar 2. Histogram Distribusi Frekuensi Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan minat menggunakan Rekening Ponsel. Kategori kecenderungan data variabel minat menggunakan dapat dikategorikan dalam 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Hasil distribusi kecenderungan data variabel minat menggunakan Rekening Ponsel dapat dilihat pada Tabel 19 berikut:

Tabel 19. Kategori Kecenderungan Data Variabel Minat Menggunakan Rekening Ponsel

No.	Kategori	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif
1	Sangat Tinggi	$29 < X \leq 36$	25	26%
2	Tinggi	$25 < X \leq 29$	30	31%
3	Sedang	$20 < X \leq 25$	35	36%
4	Rendah	$16 < X \leq 20$	7	7%
5	Sangat Rendah	$9 < X \leq 15$	0	0%
Total			97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2014



Gambar 3. *Pie Chart* Kecenderungan Data Variabel Minat

Menggunakan Rekening Ponsel

Tabel di atas menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 25 responden (26%), kategori tinggi sebanyak 30 responden (31%), kategori sedang 35 responden (36%), kategori rendah sebanyak 7 responden (7%) dan kategori sangat rendah sebanyak 0 responden (0%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel minat menggunakan Rekening Ponsel adalah sedang karena mayoritas responden memberikan penilaian sedang.

2. Variabel Persepsi Kemudahan (X_1)

Hasil analisis deskriptif variabel persepsi kemudahan diperoleh nilai tertinggi (*max*) sebesar 44 dan nilai terendah (*min*) sebesar 18 dengan rata-rata sebesar 32,1 dan standar deviasi sebesar 5,1.

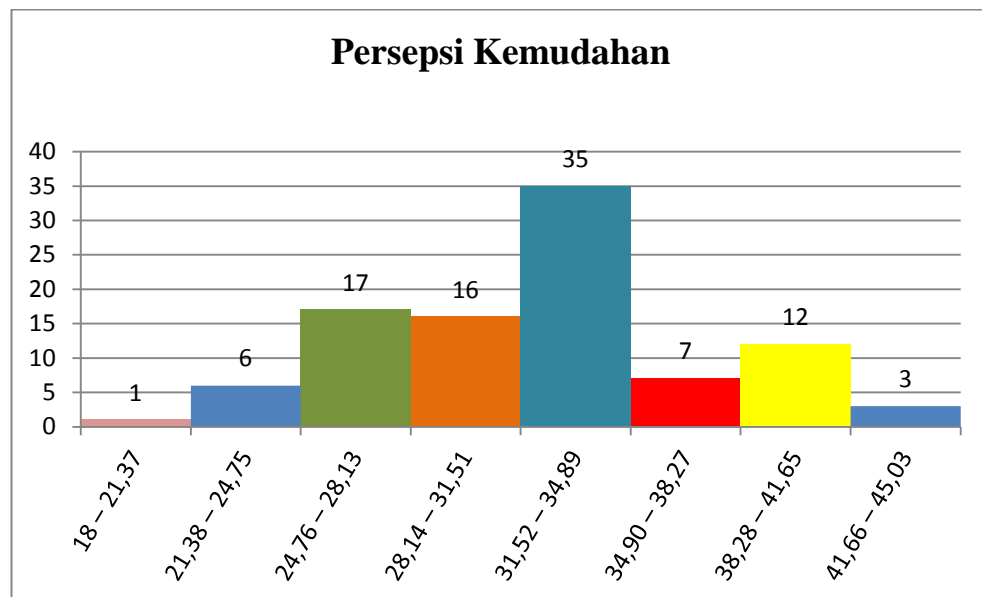
Cara mengetahui jumlah kelas interval digunakan rumus *Sturges* (*Sturges Rule*), yaitu jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log n$, maka dapat diketahui jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log 97 = 7,6$ dibulatkan menjadi 8. Rentang data sebesar $44 - 18 + 1 = 27$. Dengan diketahui rentang data, maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu $27/8 = 3,375$ dibulatkan menjadi 3,38. Berdasarkan perhitungan tersebut kemudian dibuat tabel distribusi frekuensi variabel persepsi kemudahan sebagai berikut:

Tabel 20. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemudahan

No	Kelas interval	Frekuensi	Presentase
1	18 – 21,37	1	1%
2	21,38 – 24,75	6	6%
3	24,76 – 28,13	17	18%
4	28,14 – 31,51	16	17%
5	31,52 – 34,89	35	36%
6	34,90 – 38,27	7	7%
7	38,28 – 41,65	12	12%
8	41,66 – 45,03	3	3%
Jumlah		97	100%

Sumber: Data primer diolah 2014

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas, dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



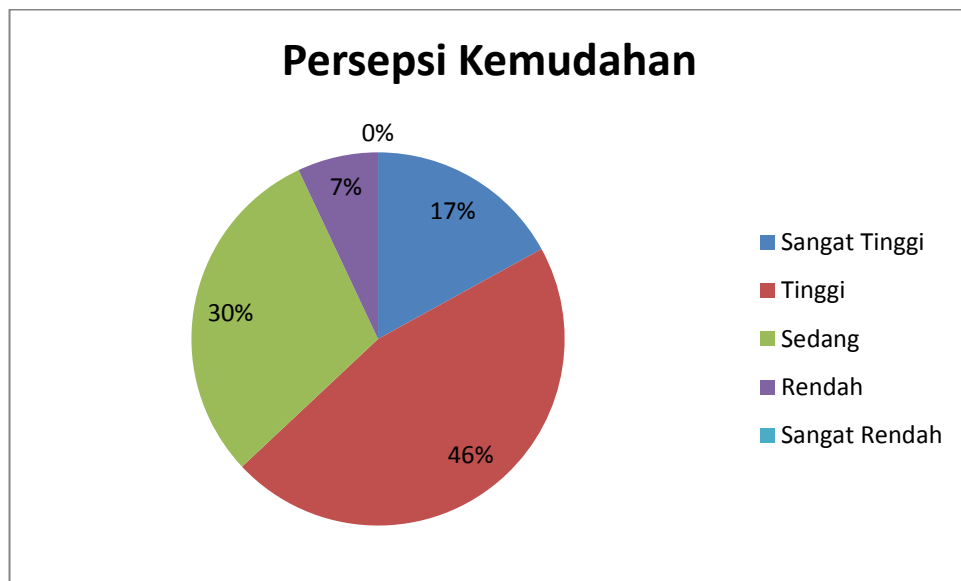
Gambar 4. Histogram Distribusi Frekuensi Persepsi Kemudahan

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan persepsi kemudahan. Kategori kecenderungan data variabel persepsi kemudahan dapat dikategorikan dalam 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Hasil distribusi kecenderungan data variabel persepsi kemudahan dapat dilihat pada Tabel 21 berikut:

Tabel 21. Kategori Kecenderungan Data Variabel Persepsi Kemudahan

No.	Kategori	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif
1	Sangat Tinggi	$36 < X \leq 44$	16	17%
2	Tinggi	$30 < X \leq 36$	45	46%
3	Sedang	$25 < X \leq 30$	29	30%
4	Rendah	$19 < X \leq 25$	7	7%
5	Sangat Rendah	$11 < X \leq 19$	0	0%
Total			97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2014



Gambar 5. Pie Chart Kecenderungan Data Variabel Persepsi Kemudahan

Tabel di atas menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 16 responden (17%), kategori tinggi sebanyak 45 responden (46%), kategori sedang 29 responden (30%), kategori rendah sebanyak 7 responden (7%) dan kategori sangat rendah sebanyak 0 responden (0%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel persepsi kemudahan adalah tinggi karena mayoritas responden memberikan penilaian tinggi.

2. Variabel Persepsi Kebermanfaatan (X_2)

Hasil analisis deskriptif variabel persepsi kebermanfaatan diperoleh nilai tertinggi (*max*) sebesar 48 dan nilai terendah (*min*) sebesar 20 dengan rata-rata sebesar 36,4 dan standar deviasi sebesar 6,3.

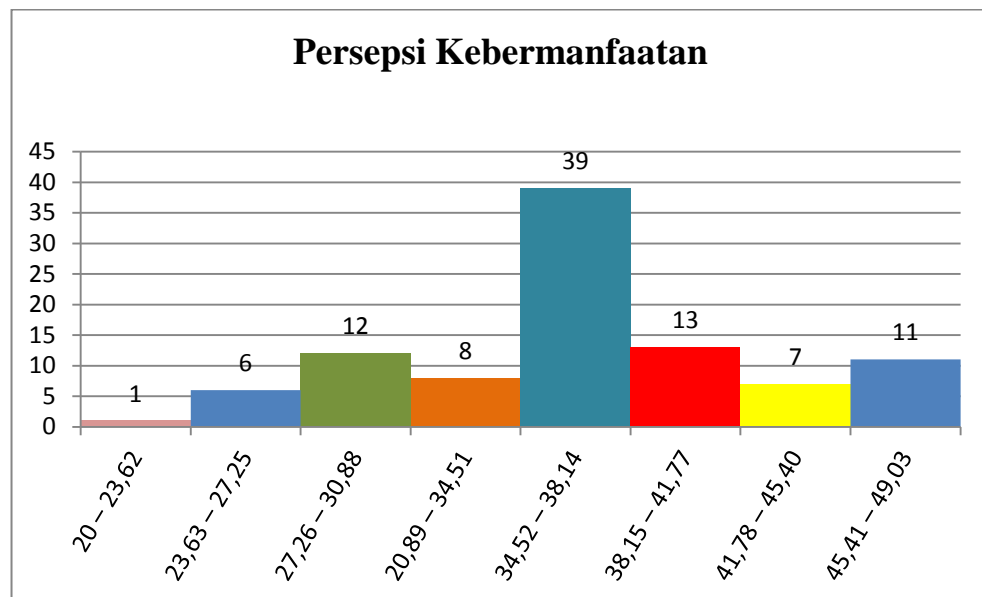
Cara mengetahui jumlah kelas interval digunakan rumus *Sturges* (*Sturges Rule*), yaitu jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log n$, maka dapat diketahui jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log 97 = 7,6$ dibulatkan menjadi 8. Rentang data sebesar $48 - 20 + 1 = 29$. Dengan diketahui rentang data, maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu $29/8 = 3,625$ dibulatkan menjadi 3,63. Berdasarkan perhitungan tersebut kemudian dibuat tabel distribusi frekuensi variabel persepsi kebermanfaatan sebagai berikut:

Tabel 22. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kebermanfaatan

No	Kelas interval	Frekuensi	Presentase
1	20 – 23,62	1	1%
2	23,63 – 27,25	6	6%
3	27,26 – 30,88	12	13%
4	20,89 – 34,51	8	8%
5	34,52 – 38,14	39	40%
6	38,15 – 41,77	13	14%
7	41,78 – 45,40	7	7%
8	45,41 – 49,03	11	11%
Jumlah		97	100%

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas, dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



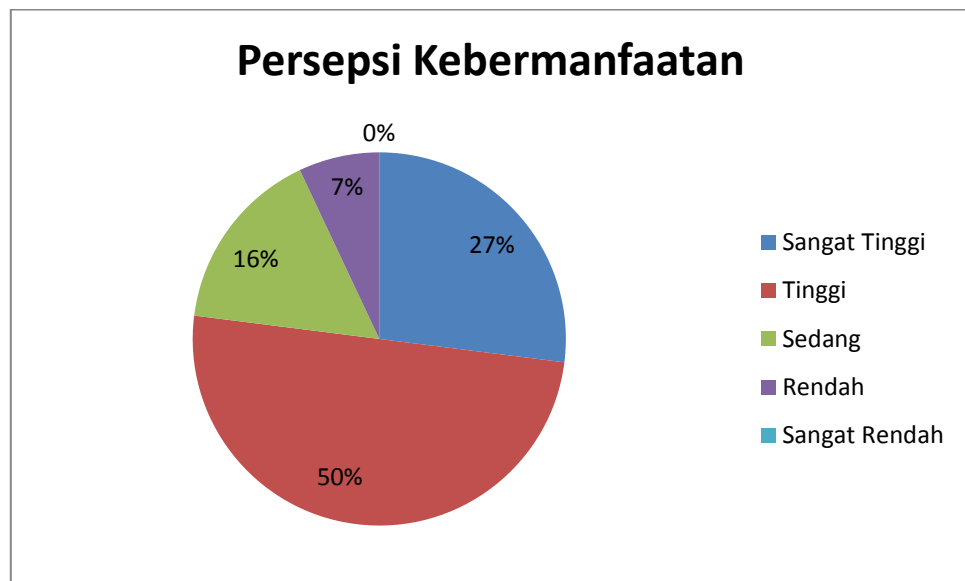
Gambar 6. Histogram Distribusi Frekuensi Persepsi Kebermanfaatan

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan persepsi kebermanfaatan. Kategori kecenderungan data variabel persepsi kebermanfaatan dapat dikategorikan dalam 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Hasil distribusi kecenderungan data variabel persepsi kebermanfaatan dapat dilihat pada Tabel 23 berikut:

Tabel 23. Kategori Kecenderungan Data Variabel Persepsi Kebermanfaatan

No.	Kategori	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif
1	Sangat Tinggi	$39 < X \leq 48$	26	27%
2	Tinggi	$33 < X \leq 39$	48	50%
3	Sedang	$27 < X \leq 33$	15	16%
4	Rendah	$21 < X \leq 27$	7	7%
5	Sangat Rendah	$12 < X \leq 21$	0	0%
Total			97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2014



Gambar 7. Pie Chart Kecenderungan Data Variabel Persepsi Kebermanfaatan

Tabel di atas menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 26 responden (27%), kategori tinggi sebanyak 48 responden (50%), kategori sedang 15 responden (16%), kategori rendah sebanyak 7 responden (7%) dan kategori sangat rendah sebanyak 0 responden (0%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel persepsi kebermanfaatan adalah tinggi karena mayoritas responden memberikan penilaian tinggi.

3. Variabel Persepsi Risiko (X_3)

Hasil analisis deskriptif variabel risiko diperoleh nilai tertinggi (*max*) sebesar 32 dan nilai terendah (*min*) sebesar 8 dengan rata-rata sebesar 18,2 dan standar deviasi sebesar 6,3.

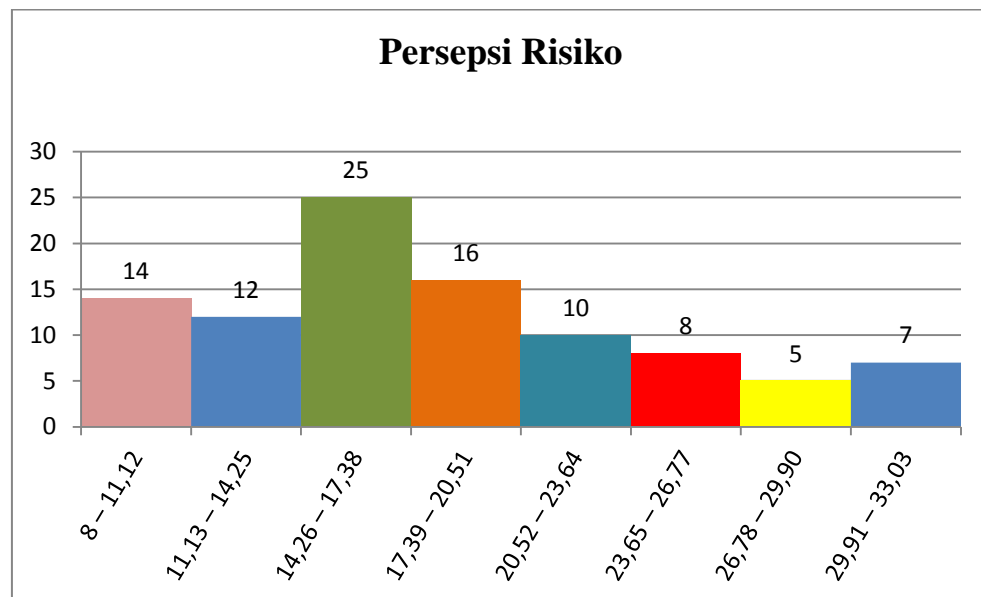
Cara mengetahui jumlah kelas interval digunakan rumus *Sturges* (*Sturges Rule*), yaitu jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log n$, maka dapat diketahui jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log 97 = 7,6$ dibulatkan menjadi 8. Rentang data sebesar $32 - 8 + 1 = 25$. Dengan diketahui rentang data, maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu $25/8 = 3,125$ dibulatkan menjadi 3,13. Berdasarkan perhitungan tersebut kemudian dibuat tabel distribusi frekuensi variabel risiko sebagai berikut:

Tabel 24. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Risiko

No	Kelas interval	Frekuensi	Presentase
1	8 – 11,12	14	14%
2	11,13 – 14,25	12	13%
3	14,26 – 17,38	25	26%
4	17,39 – 20,51	16	17%
5	20,52 – 23,64	10	10%
6	23,65 – 26,77	8	8%
7	26,78 – 29,90	5	5%
8	29,91 – 33,03	7	7%
Jumlah		97	100%

Sumber: Data diolah 2014

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas, dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



Gambar 8. Histogram Distribusi Frekuensi Persepsi Risiko

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan persepsi risiko. Kategori kecenderungan data variabel persepsi risiko dapat dikategorikan dalam 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Hasil distribusi kecenderungan data variabel persepsi risiko dapat dilihat pada Tabel 25 berikut:

Tabel 25. Kategori Kecenderungan Data Variabel Persepsi Risiko

No.	Kategori	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif
1	Sangat Tinggi	$26 < X \leq 32$	12	12%
2	Tinggi	$22 < X \leq 26$	9	9%
3	Sedang	$18 < X \leq 22$	21	22%
4	Rendah	$14 < X \leq 18$	29	30%
5	Sangat Rendah	$8 < X \leq 14$	26	27%
Total			97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2014



Gambar 9. Pie Chart Kecenderungan Data Variabel Persepsi Risiko

Tabel di atas menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 12 responden (12%), kategori tinggi sebanyak 9 responden (9%), kategori sedang 21 responden (22%), kategori rendah sebanyak 29 responden (30%) dan sebanyak 26 responden (27%) menjawab sangat rendah. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel persepsi risiko adalah rendah karena mayoritas responden memberikan penilaian rendah.

4. Variabel Kepercayaan (X_4)

Hasil analisis deskriptif variabel kepercayaan diperoleh nilai tertinggi (*max*) sebesar 24 dan nilai terendah (*min*) sebesar 12 dengan rata-rata sebesar 19,2 dan standar deviasi sebesar 3.

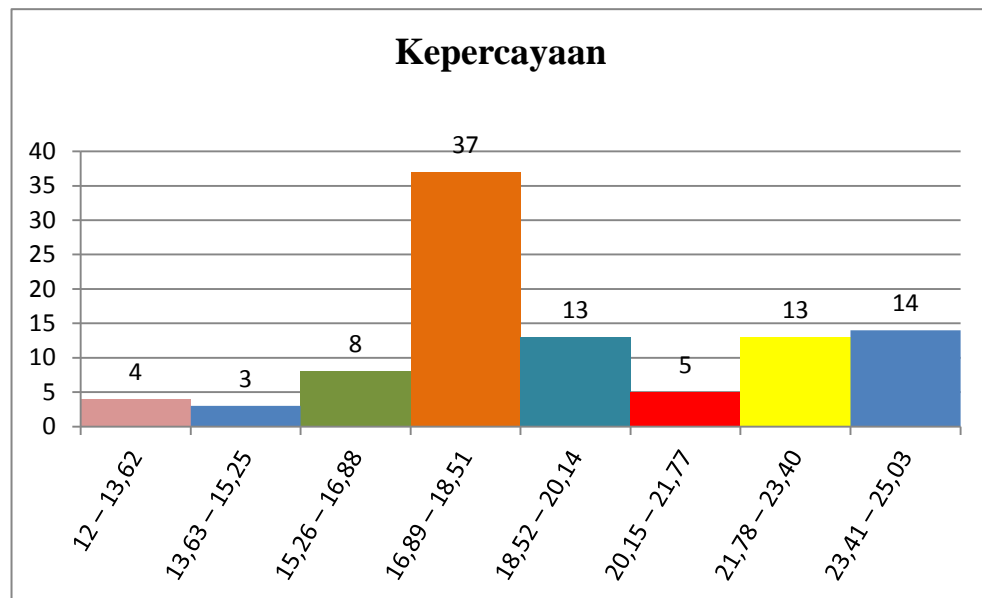
Cara mengetahui jumlah kelas interval digunakan rumus *Sturges* (*Sturges Rule*), yaitu jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log n$, maka dapat diketahui jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log 97 = 7,6$ dibulatkan menjadi 8. Rentang data sebesar $24 - 12 + 1 = 13$. Dengan diketahui rentang data, maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu $13/8 = 1,625$ dibulatkan 1,63. Berdasarkan perhitungan tersebut kemudian dibuat tabel distribusi frekuensi variabel kepercayaan sebagai berikut:

Tabel 26. Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan

No	Kelas interval	Frekuensi	Presentase
1	12 – 13,62	4	4%
2	13,63 – 15,25	3	3%
3	15,26 – 16,88	8	8%
4	16,89 – 18,51	37	38%
5	18,52 – 20,14	13	14%
6	20,15 – 21,77	5	5%
7	21,78 – 23,40	13	14%
8	23,41 – 25,03	14	14%
Jumlah		97	100%

Sumber: Data diolah 2014

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas, dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



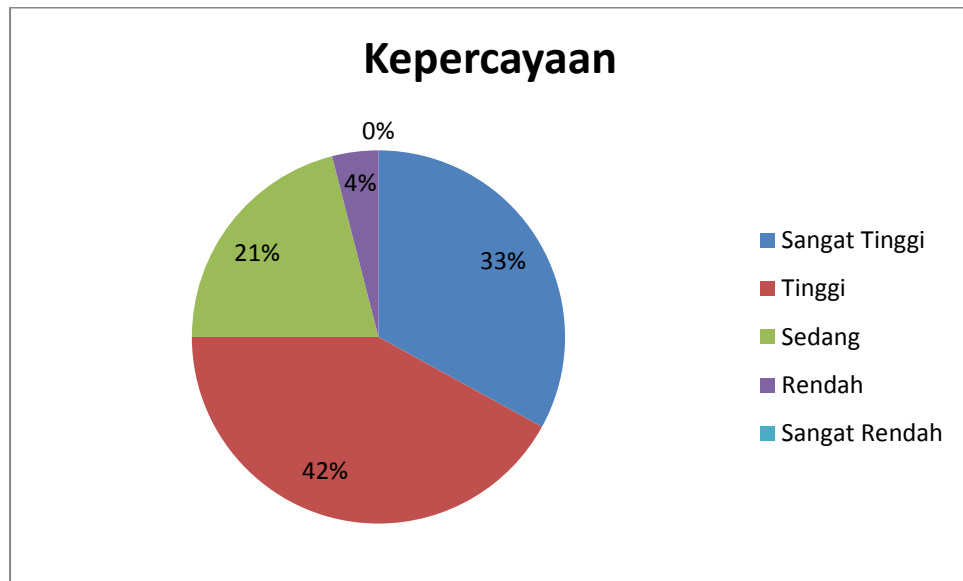
Gambar 10. Histogram Distribusi Frekuensi Kepercayaan

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan kepercayaan. Kategori kecenderungan data variabel kepercayaan dapat dikategorikan dalam 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Hasil distribusi kecenderungan data variabel kepercayaan dapat dilihat pada Tabel 27 berikut:

Tabel 27. Kategori Kecenderungan Data Variabel Kepercayaan

No.	Kategori	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif
1	Sangat Tinggi	$20 < X \leq 24$	32	33%
2	Tinggi	$17 < X \leq 20$	41	42%
3	Sedang	$14 < X \leq 17$	20	21%
4	Rendah	$11 < X \leq 14$	4	4%
5	Sangat Rendah	$6 < X \leq 11$	0	0%
Total			97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2014



Gambar 11. Pie Chart Kecenderungan Data Variabel Persepsi Risiko

Tabel di atas menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 32 responden (33%), kategori tinggi sebanyak 41 responden (42%), kategori sedang 20 responden (21%), kategori rendah sebanyak 4 responden (4%) dan kategori sangat rendah sebanyak 0 responden (0%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel kepercayaan adalah tinggi karena mayoritas responden memberikan penilaian tinggi.

C. Uji Prasyarat Analisis

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistik sebenarnya model persamaan regresi yang diajukan adalah sudah memenuhi syarat, dalam arti eratnya hubungan variabel bebas dengan variabel tidak bebasnya. Tetapi, agar model persamaan tersebut dapat diterima secara ekonometrik

maka harus memenuhi uji normalitas dan uji linearitas serta uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Maksud data terdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Distribusi normal data dengan bentuk distribusi normal di mana data memusat pada nilai rata-rata dan median (Purbayu Budi Santosa dan Ashari, 2005: 231). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan rumus nilai Z_{kurtosis} , jika nilai Z hitung lebih besar dari Z tabel maka distribusi tidak normal. Tingkat signifikansi 0,05 nilai Z tabel = 1.96 Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada tabel 28 berikut:.

Tabel 28. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Z hitung	Z tabel	Keterangan
X1	0.129	1.96	Normal
X2	-0.129	1.96	Normal
X3	-0.312	1.96	Normal
X4	-0.568	1.96	Normal
Y	-0.351	1.96	Normal

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, karena nilai Z hitung < Z tabel (1.96), maka dapat dinyatakan bahwa data-data penelitian telah memenuhi distribusi normal.

2. Uji Linieritas

Pengujian linieritas regresi dilakukan dengan uji Statistik F. Harga F dihitung kemudian dikonsultasikan dengan F tabel dengan taraf signifikansi 5%. Apabila harga F hitung lebih kecil atau sama dengan F tabel maka hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dinyatakan linier.

Tabel 29. Hasil Uji Linieritas

Variabel	F hitung	F tabel	Keterangan
X1	0.712	3.9412	Linier
X2	1.140	3.9412	Linier
X3	1.375	3.9412	Linier
X4	1.272	3.9412	Linier

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil uji linieritas pada tabel 29 menunjukkan bahwa nilai F hitung variabel bebas lebih kecil dari F tabel, yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas dengan terikat (minat menggunakan Rekening Ponsel) adalah linier.

D. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan tidak adanya multikolinearitas adalah nilai

$tolerance \geq 0,10$ atau nilai $VIF \leq 10$ dengan tingkat kolonieritas 0.50, dan iktisar hasil multikolinieritas pada variabel bebas dapat ditunjukkan pada tabel 30 berikut:

Tabel 30. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X ₁	0.567	1.762	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂	0.443	2.257	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₃	0.794	1.259	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₄	0.537	1.861	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah, 2014

Hasil perhitungan analisis menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala multikolinieritas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah situasi tidak konstannya varians. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan pengujian dengan menggunakan metode *Glejser* yang selanjutnya dilakukan perbandingan antara nilai sig-t dengan 0,05. Jika Sig-t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas, begitu juga sebaliknya jika sig-t_{hitung} lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji Glejser dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 31. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t hitung	sig t	Keterangan
X1	1.224	0.224	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0.189	0.851	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	-0.585	0.560	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X4	0.612	0.542	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari hasil uji heteroskedastisitas terhadap masing-masing variabel independen diperoleh *p-value* (sig-t) > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada masing-masing variabel independen.

E. Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

- a. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah: “Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta”. Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana.

Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dengan bantuan SPSS 17.0 maka diperoleh hasil regresi linier sederhana seperti pada tabel berikut:

Tabel 32. Hasil Regresi Linier Sederhana (X1 terhadap Y)

Model Regresi	Variabel Bebas	Koef. Regresi	t hitung	Sig-t
I	Konstanta	1.164	4.436	0.000
	Persepsi Kemudahan (X1)	0.623	7.010	0.000
	R	0,584		
	R <i>Square</i>	0,341		

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel 32 dapat disusun persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 1,164 + 0,623 X$$

1) Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier sederhana yang ditunjukkan pada tabel di atas dapat diketahui nilai konstanta sebesar 1,164 menunjukkan bahwa besarnya minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) sebesar 1,164 tanpa dipengaruhi oleh persepsi kemudahan ($X_1 = 0$). Jika persepsi kemudahan meningkat sebesar 1 satuan maka minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) akan meningkat sebesar 0,623. Hal ini berarti persepsi kemudahan (X_1) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel (Y). Hal ini juga dapat dilihat dari nilai korelasi regresi (R) yang bernilai positif antara persepsi kemudahan (X_1) dan minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) sebesar 0,584. Jika ditinjau dari nilai R *Square* sebesar 0,341, artinya 34,1% minat menggunakan Rekening Ponsel dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan, sedangkan sebesar 65,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam uji hipotesis ini.

2) Uji t

Dengan t hitung sebesar 7,010 yang nilainya diatas t tabel sebesar 1,661, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kemudahan (X1) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) adalah signifikan. Artinya semakin baik persepsi kemudahan maka minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga juga akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta diterima.

- b. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah: “Terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta”. Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana.

Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dengan bantuan SPSS 17.0 maka diperoleh hasil regresi linier sederhana seperti pada tabel berikut:

Tabel 33. Hasil Regresi Linier Sederhana (X2 terhadap Y)

Model Regresi	Variabel Bebas	Koef. Regresi	t hitung	Sig-t
II	Konstanta	1.158	5.053	0.000
	Persepsi Kebermanfaatan (X2)	0.602	8.077	0.000
	R	0,638		
	R <i>Square</i>	0,407		

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel 33 dapat disusun persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 1,158 + 0,602 X$$

1) Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier sederhana yang ditunjukkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 1,158 menunjukkan besarnya minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) sebesar 1,158 tanpa dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan ($X_2 = 0$). Jika persepsi kebermanfaatan meningkat sebesar 1 satuan maka minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) akan meningkat sebesar 0,602. Hal ini berarti persepsi kebermanfaatan (X_2) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel (Y). Hal ini juga dapat dilihat dari nilai korelasi regresi (R) yang bernilai positif antara persepsi kebermanfaatan (X_2) dan minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) sebesar 0,638. Jika ditinjau dari nilai R *Square* sebesar 0,407, artinya 40,7% minat menggunakan Rekening Ponsel dipengaruhi oleh variabel persepsi

kebermanfaatan, sedangkan sebesar 59,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam uji hipotesis ini.

2) Uji t

Dengan t hitung sebesar 8,077 yang nilainya diatas t tabel sebesar 1,661, hal ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan (X2) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) berpengaruh signifikan. Artinya semakin baik persepsi kebermanfaatan maka minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga juga akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta diterima.

- c. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah: “Terdapat pengaruh negatif persepsi risiko terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta”. Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana.

Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dengan bantuan SPSS 17.0 maka diperoleh hasil regresi linier sederhana seperti pada tabel berikut:

Tabel 34. Hasil Regresi Linier Sederhana (X3 terhadap Y)

Model Regresi	Variabel Bebas	Koef. Regresi	t hitung	Sig-t
III	Kontanta	3.523	24.482	0.000
	Persepsi Risiko (X3)	-0.238	-3.980	0.000
	R	0,378		
	R <i>Square</i>	0,143		

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel 34 dapat disusun persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 3,523 - 0,238 X$$

1) Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier sederhana yang ditunjukkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 3,523 menunjukkan besarnya minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) sebesar 3,523 tanpa dipengaruhi oleh persepsi risiko ($X_3 = 0$). Jika persepsi risiko meningkat sebesar 1 satuan maka minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) akan menurun sebesar 0,238. Hal ini berarti persepsi risiko (X_3) berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel (Y). Nilai korelasi regresi (R) antara persepsi risiko (X_3) dan minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) sebesar 0,378. Jika ditinjau dari nilai R *Square* sebesar 0,143, artinya 14,3% minat menggunakan Rekening Ponsel dipengaruhi oleh variabel persepsi risiko, sedangkan sebesar 85,7% dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak dianalisis dalam uji hipotesis ini.

2) Uji t

Dengan t hitung sebesar -3,980 yang nilainya dibawah t tabel sebesar -1,661 menunjukkan bahwa persepsi risiko (X3) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) adalah berpengaruh signifikan. Artinya semakin tinggi persepsi risiko maka minat menggunakan Rekening Ponsel pada Bank CIMB Niaga akan mengalami peurunan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif persepsi risiko (*Perceived Risk*) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta diterima.

- d. Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah: “Terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta”. Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana.

Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dengan bantuan SPSS 17.0 maka diperoleh hasil regresi linier sederhana seperti pada tabel berikut:

Tabel 35. Hasil Regresi Linier Sederhana (X4 terhadap Y)

Model Regresi	Variabel Bebas	Koef. Regresi	t hitung	Sig-t
IV	Kontanta	1.033	3.917	0.000
	Kepercayaan (X4)	0.609	7.481	0.000
	R	0.609		
	R <i>Square</i>	0,371		

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel 35 dapat disusun persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 1,033 + 0,609 X$$

1) Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier sederhana yang ditunjukkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 1,033 menunjukkan bahwa besarnya minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) sebesar 1,033 tanpa dipengaruhi oleh kepercayaan (X4 = 0). Jika kepercayaan meningkat sebesar 1 satuan maka minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) akan meningkat sebesar 0,609. Hal ini berarti kepercayaan (X4) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel (Y). Hal ini juga dapat dilihat dari nilai korelasi regresi (R) yang bernilai positif antara persepsi kepercayaan (X4) dan minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) sebesar 0,609. Jika ditinjau dari nilai R *Square* sebesar 0,371, artinya 37,1% minat menggunakan Rekening Ponsel dipengaruhi

oleh variabel kepercayaan, sedangkan sebesar 62,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam uji hipotesis ini.

2) Uji t

Dengan t hitung sebesar 7,481 yang nilainya diatas t tabel sebesar 1,661, menunjukkan bahwa kepercayaan (X4) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) berpengaruh signifikan. Artinya semakin baik kepercayaan maka minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga juga akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif kepercayaan (*Trust*) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta diterima.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah: “Terdapat pengaruh persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*), persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*), persepsi risiko (*Perceived Risk*), dan kepercayaan (*Trust*) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta”. Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linier berganda.

Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Dengan bantuan SPSS 17.0 maka diperoleh hasil regresi linier sederhana seperti pada tabel berikut:

Tabel 36. Hasil Regresi Linear Berganda (X1, X2, X3, X4 terhadap Y)

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t hitung	Sig t
Konstanta	0.829	2.507	0.014
X1	0.229	2.318	0.023
X2	0.219	2.213	0.029
X3	-0.116	-2.357	0.021
X4	0.338	3.546	0.001
F hitung	28.104		
F tabel	2,4707		
R	0.742		
Sig F	0.000		
<i>Adjusted. R Square</i>	0.530		

Sumber: Data primer diolah, 2014

a. Persamaan Garis Regresi

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda yang ditunjukkan tabel di atas, maka persamaan garis regresinya adalah seperti berikut:

$$Y = 0,829 + 0,229 X_1 + 0,219X_2 - 0,116X_3 + 0,338X_4$$

Nilai koefisien X_1 sebesar 0,229 yang berarti persepsi kemudahan meningkat 1 poin maka minat menggunakan

rekening ponsel akan naik sebesar 0,229 satuan dengan asumsi X_2 , X_3 dan X_4 tetap. Nilai koefisien X_2 sebesar 0,219 yang berarti persepsi kebermanfaatan meningkat 1 poin maka minat menggunakan Rekening Ponsel akan naik sebesar 0,219 satuan dengan asumsi X_1 , X_3 dan X_4 tetap. Nilai koefisien X_3 sebesar -0,116 yang berarti persepsi risiko meningkat 1 poin maka minat menggunakan Rekening Ponsel akan turun sebesar 0,116 satuan dengan asumsi X_1 , X_2 , dan X_4 tetap. Nilai koefisien X_4 sebesar 0,338 yang berarti kepercayaan meningkat 1 poin maka minat menggunakan Rekening Ponsel akan naik sebesar 0,338 satuan dengan asumsi X_1 , X_2 , dan X_3 tetap. Hal ini juga dapat dilihat dari nilai korelasi regresi (R) yang bernilai positif antara persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel sebesar 0,742.

b. Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel di atas nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,530 hal ini menunjukkan bahwa 53% minat menggunakan Rekening Ponsel dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan. Sedangkan sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

c. Hasil Uji F atau Uji Simultan

Hasil perhitungan seperti dalam tabel 32 diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 28,104 dan F tabel sebesar 2,4707, dengan demikian F hitung lebih besar dari F tabel, artinya secara bersama-sama persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta diterima.

d. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

Berdasarkan hasil regresi berganda dapat diketahui besarnya sumbangan relatif dan sumbangan efektif masing-masing variabel independen dan variabel dependen. Besarnya sumbangan relatif dan sumbangan efektif dapat dilihat pada Tabel 37 berikut:

Tabel 37. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

No.	Variabel	SR%	SE%
1	Persepsi Kemudahan	23%	12.6%
2	Persepsi Kebermanfaatan	27%	14.8%
3	Persepsi Risiko	12.6%	7%
4	Kepercayaan	37.4%	20.6%
	Total	100%	55%

Sumber: Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan memberikan sumbangan relatif sebesar 23% dan sumbangan efektif sebesar 12,6%. Variabel persepsi kebermanfaatan memberikan sumbangan relatif sebesar 27% dan sumbangan efektif sebesar 14,8%. Variabel persepsi risiko memberikan sumbangan relatif sebesar 12,6% dan sumbangan efektif sebesar 7%. Kepercayaan memberikan sumbangan relatif sebesar 37,4% dan sumbangan efektif sebesar 20,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan memberikan sumbangan efektif sebesar 55% terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel dan 45% diberikan variabel lain diluar penelitian ini.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan (X1), persepsi kebermanfaatan (X2), persepsi risiko (X3), dan kepercayaan (X4) terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel (Y) pada nasabah CIMB

Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X_1) berpengaruh positif secara parsial terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,623 menyatakan bahwa setiap kenaikan persepsi kemudahan sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat menggunakan Rekening Ponsel sebesar 0,623 satuan. Hal ini berarti arah model tersebut adalah positif. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,010 yang nilainya diatas t tabel sebesar 1,661. Hasil ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} , hal ini berarti terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Selain itu nilai probabilitas signifikansi persepsi kemudahan sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,341 hal ini menunjukkan 34,1% minat menggunakan Rekening Ponsel dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, sedangkan sisanya sebesar 65,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan

Rekening Ponsel.

Nasabah CIMB Niaga yang beranggapan bahwa layanan Rekening Ponsel mudah untuk digunakan dan mudah untuk dipahami, maka nasabah tersebut akan senantiasa menggunakan Rekening Ponsel untuk melakukan transaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan, membeli pulsa, dan lain-lain. Sedangkan sebaliknya, jika pengguna beranggapan bahwa penggunaan layanan Rekening Ponsel tersebut rumit dan tidak mudah dimengerti maka akan memutuskan tidak menggunakan layanan Rekening Ponsel.

Penelitian ini mendukung teori Venkatesh dan Moris (2000) yaitu persepsi kemudahan penggunaan telah terbukti memiliki efek atau pengaruh pada minat melalui dua jalur kausal, yaitu: efek langsung pada minat dan efek tidak langsung pada minat melalui persepsi kebermanfaatan yang dirasakan. Pengaruh atau efek langsung menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan bisa menjadi katalis potensial untuk meningkatkan kemungkinan penerimaan pengguna. Persepsi kemudahan dalam hal penggunaan sebuah teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan, dalam hal ini penggunaan pada Rekening Ponsel.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Latif Fullah (2012) yaitu Pengaruh Persepsi Manfaat,

Kemudahan Penggunaan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta). Hasil penelitian Latif Fullah menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* BRI.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nunik Yuli Winayu (2013) yaitu Pengaruh Kepercayaan, *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce* Forum Jual Beli Kaskus. Hasil penelitian Nunik Yuli Winayu (2013) menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Commerce* Forum Jual Beli Kaskus.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada Nasabah CIMB Niaga. Semakin tinggi persepsi kemudahan seseorang, maka semakin tinggi minat menggunakan Rekening Ponsel karena nasabah berkeyakinan bahwa penggunaan Rekening Ponsel tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan.

2. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua bahwa variabel

Persepsi Kebermanfaatan (X_2) berpengaruh positif secara parsial terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,602 menyatakan bahwa setiap kenaikan persepsi kebermanfaatan sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat menggunakan Rekening Ponsel sebesar 0,602 satuan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,077 yang nilainya diatas t_{tabel} sebesar 1,661. Hasil ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} , hal ini berarti terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan terhadap minat menggunakan rekening ponsel. Selain itu nilai probabilitas signifikansi persepsi kebermanfaatan sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,407 hal ini menunjukkan 40,7% minat menggunakan Rekening Ponsel dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan, sedangkan sisanya sebesar 59,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel.

Nasabah CIMB Niaga yang beranggapan bahwa layanan Rekening Ponsel dapat memberikan manfaat bagi dirinya, maka dia dengan senang hati akan menggunakan layanan tersebut yang secara langsung akan berpengaruh pula terhadap minat melakukan transaksi dengan Rekening Ponsel. Sebaliknya, nasabah yang beranggapan bahwa layanan Rekening

Ponsel tidak memberikan manfaat sama sekali bagi dirinya, maka otomatis dia tidak akan berminat untuk menggunakan layanan tersebut.

Penelitian ini mendukung teori Adamson dan Shine (2003) dalam Irmadhani (2012) yang menyatakan persepsi kebermanfaatan sebagai konstruk keyakinan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Dari definisi tersebut persepsi kebermanfaatan dapat disimpulkan bahwa seseorang akan menggunakan sebuah teknologi apabila teknologi itu dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya. Kebermanfaatan dalam menggunakan Rekening Ponsel merupakan manfaat yang akan diperoleh atau diharapkan oleh nasabah CIMB Niaga atau pengguna dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Latif Fullah (2012) yaitu Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta). Hasil penelitian Latif Fullah menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* BRI.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nunik Yuli Winayu (2013) yaitu Pengaruh Kepercayaan, *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan E-

Commerce Forum Jual Beli Kaskus. Hasil penelitian Nunik Yuli Winayu (2013) menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan) berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *E-Commerce* Forum Jual Beli Kaskus.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan Persepsi Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada Nasabah CIMB Niaga. Semakin tinggi persepsi kebermanfaatan nasabah, maka semakin tinggi minat menggunakan Rekening Ponsel karena nasabah berkeyakinan bahwa penggunaan Rekening Ponsel tersebut dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya.

3. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Hasil penelitian mendukung hipotesis ketiga bahwa variabel Persepsi Risiko (X_3) berpengaruh negatif secara parsial terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi X_3 sebesar -0,238 menyatakan bahwa setiap kenaikan persepsi risiko sebesar 1 satuan akan menurunkan minat menggunakan Rekening Ponsel sebesar -0,238 satuan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai t hitung sebesar -3,980 yang nilainya dibawah $-t$ tabel sebesar -1,661. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung lebih kecil daripada t tabel, hal ini berarti terdapat pengaruh negatif risiko terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Selain itu nilai probabilitas signifikansi risiko sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan

risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,143 hal ini menunjukkan 14,3% minat menggunakan Rekening Ponsel dipengaruhi oleh risiko, sedangkan sisanya sebesar 85,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel.

Semakin tinggi ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan yang timbul maka semakin meningkatkan persepsi risiko. Apabila persepsi risiko yang dihadapi rendah dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel. Sebaliknya, apabila persepsi risiko yang akan diterimanya tinggi dalam menggunakan layanan Rekening Ponsel, maka seseorang pada umumnya cenderung akan menghindarinya. Oleh karena itu, persepsi risiko dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Rekening Ponsel.

Penelitian ini mendukung teori Javenpaa *et al.* (2000) menyatakan bahwa persepsi risiko memainkan peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dalam *e-commerce* sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif untuk melakukan transaksi secara *online*. Alasan pernyataan tersebut adalah persepsi risiko hanya pembantu dalam membentuk sikap konsumen dibandingkan niat mereka. Walaupun persepsi risiko tinggi, konsumen mungkin tidak secara rela memutuskan untuk tidak mengambil bagian dalam melakukan

transaksi secara *online*. Persepsi risiko merupakan suatu pemikiran tentang risiko yang mungkin akan dialami oleh seseorang yang diakibatkan oleh suatu ketidakpastian dan konsukuensi-konsekuensi negatif lainnya yang mungkin dapat diterima atas penggunaan produk atau jasa, dalam hal ini penggunaan produk atau jasa berupa Rekening Ponsel.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi Jati Putra Ariwibowo (2012) yaitu Pengaruh *Trust* dan *Perceived of Risk* Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce* (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). Hasil penelitian Dwi Jati Putra Ariwibowo menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan *E-Commerce*.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Latif Fullah (2012) yaitu Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta). Hasil penelitian Latif Fullah menunjukkan bahwa risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* BRI.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh negatif signifikan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada Nasabah CIMB Niaga. Semakin tinggi persepsi

risiko nasabah, maka semakin rendah minat menggunakan Rekening Ponsel karena masih terdapat pemikiran nasabah mengenai risiko yang mungkin akan dialami oleh nasabah tersebut atas suatu ketidakpastian dan konskuensi-konsekuensi negatif lainnya yang mungkin dapat diterima dalam penggunaan Rekening Ponsel.

4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Hasil penelitian mendukung hipotesis keempat bahwa variabel Kepercayaan (X_4) berpengaruh positif secara parsial terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi X_4 sebesar 0,609 menyatakan bahwa setiap kenaikan kepercayaan sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat menggunakan Rekening Ponsel sebesar 0,609 satuan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,481 yang nilainya diatas t_{tabel} sebesar 1,661. Hasil ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} , hal ini berarti terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Selain itu nilai probabilitas signifikansi kepercayaan sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,371 hal ini menunjukkan 37,1% minat menggunakan Rekening Ponsel dipengaruhi oleh kepercayaan, sedangkan sisanya sebesar 62,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel.

Semakin tinggi kepercayaan nasabah CIMB Niaga terhadap layanan Rekening Ponsel, maka nasabah tersebut akan berminat untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan Rekening Ponsel, maka nasabah tersebut akan menjadi tidak berminat untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel.

Penelitian ini mendukung teori Yousafzai *et al.* (2003: 851) yang menyatakan bahwa pada kasus tertentu pada *e-banking* yang tidak memiliki kontak fisik langsung antara nasabah dan bank membuat lingkungan menjadi unik, di mana kepercayaan merupakan hal terpenting dalam *e-banking*. Kepercayaan merupakan keyakinan dalam kredibilitas dan integritas yang dimiliki seseorang untuk dapat menimbulkan kemauan bergantung pada mitra bisnisnya. Seperti halnya pada layanan perbankan Rekening Ponsel, di mana layanan tersebut sangat membutuhkan kepercayaan dari nasabah karena layanan tersebut semakin meninggalkan kontak fisik antara nasabah dan bank. Untuk dikenal banyak orang dan dipercayai oleh nasabah, layanan Rekening Ponsel membutuhkan proses untuk dipercayai oleh nasabah.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Latif Fullah (2012) yaitu Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* BRI (Studi Kasus:

Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta). Hasil penelitian Latif Fullah (2012) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* BRI.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Maida Hardiman (2013) yaitu Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Teknologi Informasi, *Trust* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus Pada Bank BNI 46 Yogyakarta Cabang UGM dan Malioboro). Hasil penelitian Maida Hardiman (2013) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Internet Banking*.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada Nasabah CIMB Niaga. Semakin tinggi kepercayaan nasabah, maka semakin tinggi minat menggunakan Rekening Ponsel karena nasabah mempercayai pada bank sebagai penyedia layanan dan layanan Rekening Ponsel itu sendiri.

5. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Hasil penelitian mendukung hipotesis kelima bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Nilai koefisien X_1 sebesar 0,229 yang berarti persepsi kemudahan meningkat 1 poin maka minat menggunakan

Rekening Ponsel akan naik sebesar 0,229 satuan dengan asumsi X_2 , X_3 dan X_4 tetap. Nilai koefisien X_2 sebesar 0,219 yang berarti persepsi kebermanfaatan meningkat 1 poin maka minat menggunakan Rekening Ponsel akan naik sebesar 0,219 satuan dengan asumsi X_1 , X_3 dan X_4 tetap. Nilai koefisien X_3 sebesar -0,116 yang berarti persepsi risiko meningkat 1 poin maka minat menggunakan Rekening Ponsel akan turun sebesar 0,116 satuan dengan asumsi X_1 , X_2 , dan X_4 tetap. Nilai koefisien X_4 sebesar 0,338 yang berarti kepercayaan meningkat 1 poin maka minat menggunakan Rekening Ponsel akan naik sebesar 0,338 satuan dengan asumsi X_1 , X_2 , dan X_3 tetap. Hal ini juga dapat dilihat dari nilai korelasi regresi (R) yang bernilai positif antara persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel sebesar 0,742. Nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,530 hal ini menunjukkan bahwa 53% minat menggunakan Rekening Ponsel dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, risiko dan kepercayaan. Sedangkan sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. F hitung sebesar 28,104 dan F tabel sebesar 2,4707, dengan demikian F hitung lebih besar F tabel, artinya secara bersama-sama kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada Bank CIMB Niaga. Variabel persepsi kemudahan memberikan sumbangan relatif sebesar 23% dan sumbangan efektif sebesar 12,6%. Variabel

persepsi kebermanfaatan memberikan sumbangan relatif sebesar 27% dan sumbangan efektif sebesar 14,8%. Variabel persepsi risiko memberikan sumbangan relatif sebesar 12,6% dan sumbangan efektif sebesar 7%. Kepercayaan memberikan sumbangan relatif sebesar 37,4% dan sumbangan efektif sebesar 20,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan memberikan sumbangan efektif sebesar 55% terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel dan 45% diberikan variabel lain diluar penelitian ini.

Persepsi kemudahan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Rekening Ponsel. Semakin tinggi persepsi kemudahan seseorang, maka semakin tinggi minat menggunakan Rekening Ponsel karena nasabah berkeyakinan bahwa penggunaan Rekening Ponsel tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan.

Persepsi kebermanfaatan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Rekening Ponsel. Semakin tinggi persepsi kebermanfaatan nasabah, maka semakin tinggi minat menggunakan Rekening Ponsel karena nasabah berkeyakinan bahwa penggunaan Rekening Ponsel tersebut dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya.

Persepsi risiko dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Rekening Ponsel. Semakin tinggi persepsi risiko nasabah, maka semakin rendah minat menggunakan Rekening Ponsel karena masih

terdapat pemikiran nasabah mengenai risiko yang mungkin akan dialami oleh nasabah tersebut atas suatu ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif lainnya yang mungkin dapat diterima dalam penggunaan Rekening Ponsel.

Kepercayaan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Rekening Ponsel. Semakin tinggi kepercayaan nasabah, maka semakin tinggi minat menggunakan Rekening Ponsel karena nasabah mempercayai pada bank sebagai penyedia layanan dan layanan Rekening Ponsel itu sendiri.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Andi Hakim Febriansyah (2010) yaitu Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang USU Medan. Hasil penelitian Andi Hakim Febriansyah (2010) menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian koefisien determinan (R^2), dapat diketahui nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 0,656 yang artinya 65,6% dari keputusan nasabah untuk menggunakan *Internet Banking* pada PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang USU Medan (Y) dipengaruhi secara bersama-sama oleh *perceived easy of use* (persepsi kemudahan untuk menggunakan) (X1), *perceived usefulness* (persepsi pada daya guna) (X2), *risk* (risiko) (X3) dan *trust* (kepercayaan) (X4), sedangkan sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Dewi Yuliasmi (2012)

yaitu Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Konsumen dalam Bertransaksi Terhadap Pengaplikasian Layanan Jasa *Mobile Banking* (Studi Kasus Di Kota Medan). Hasil penelitian Dewi Yuliasmi (2012) menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian koefisien determinan (R^2) dapat diketahui nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 0,940 yang artinya 94% dari pengaplikasian layanan jasa *mobile banking* di kota Medan (Y) dipengaruhi secara bersama-sama oleh persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi manfaat (X2), dan kepercayaan (X3), sedangkan sisanya 6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk didalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh signifikan Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan secara bersama-sama terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta.

G. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan, antara lain sebagai berikut:

1. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan hanya menggambarkan persepsi atau pendapat para nasabah CIMB Niaga terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel dan peneliti tidak bisa mengontrol jawaban

responden yang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya. Selain itu, penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data memungkinkan data yang dihasilkan mempunyai kesempatan terjadi bias. Kemungkinan adanya bias tersebut disebabkan adanya perbedaan persepsi antara peneliti dan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

2. Responden penelitian ini terbatas pada nasabah CIMB Niaga yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Keterbatasan ini kemungkinan akan mengurangi generalisasi dari hasil dari penelitian ini.
3. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 52 nasabah CIMB Niaga yang pernah menggunakan layanan Rekening Ponsel dan 45 nasabah CIMB Niaga yang mengetahui informasi mengenai layanan Rekening Ponsel, tetapi belum pernah menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, ada kemungkinan terjadinya bias pada data yang dihasilkan dari penelitian.
4. Temuan hasil penelitian ini membuktikan bahwa selain persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan terdapat faktor-faktor lain yang digunakan dalam studi mengenai minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta. Persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan memberikan sumbangan sebesar 53% terhadap minat nasabah dalam menggunakan Rekening Ponsel dan

sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan nilai t hitung 7,010 lebih besar dari t tabel 1,661 dan nilai korelasi (R) sebesar 0,584. Dari hasil analisis data diperoleh nilai R Square persepsi kemudahan sebesar 0,341, artinya minat menggunakan Rekening Ponsel dipengaruhi oleh persepsi kemudahan sebesar 34,1%. Hal ini menunjukkan semakin meningkat persepsi kemudahan mengakibatkan minat menggunakan Rekening Ponsel juga akan tinggi, begitu pula dengan persepsi kemudahan yang semakin rendah maka Minat menggunakan Rekening Ponsel akan menurun.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kebermanfaatan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai

- t hitung 8,077 lebih besar dari t tabel 1,661 dan nilai korelasi (R) sebesar 0,638. Dari hasil analisis data diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,407, artinya pengaruh variabel persepsi kemudahan sebesar 40,7% terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Hal ini menunjukkan semakin meningkat persepsi kebermanfaatan mengakibatkan minat menggunakan Rekening Ponsel juga akan tinggi, begitu pula dengan persepsi kebermanfaatan yang semakin rendah maka minat menggunakan Rekening Ponsel akan menurun.
3. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan persepsi risiko terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai -t hitung -3,980 lebih kecil -t tabel yaitu sebesar -1,661 dan nilai korelasi (R) sebesar 0,378. Dari hasil analisis data diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,143, artinya pengaruh variabel persepsi kemudahan sebesar 14,3%. Hal ini menunjukkan semakin meningkat persepsi risiko mengakibatkan minat menggunakan Rekening Ponsel akan menurun, begitu pula dengan persepsi risiko yang semakin rendah maka minat menggunakan Rekening Ponsel akan meningkat.
 4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung 7,481 lebih besar dari t tabel 1,661 dan nilai korelasi (R) sebesar 0,609. Dari hasil analisis data diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,371, artinya

kepercayaan mempengaruhi minat menggunakan Rekening Ponsel sebesar 37,1%. Hal ini menunjukkan semakin meningkat kepercayaan mengakibatkan minat menggunakan Rekening Ponsel juga akan tinggi, begitu pula dengan kepercayaan yang semakin rendah maka minat menggunakan Rekening Ponsel akan menurun.

5. Terdapat pengaruh signifikan persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta, terbukti nilai F hitung 28,104 lebih besar dari F tabel 2,4707 dan nilai korelasi (R) sebesar 0,742. Dari hasil analisis data diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,530, artinya variabel minat menggunakan Rekening Ponsel dapat dijelaskan oleh keempat variabel bebas sebesar 53% dan sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh variabel lainnya.
6. Variabel persepsi kemudahan memberikan sumbangan relatif sebesar 23% dan sumbangan efektif sebesar 12,6%. Variabel persepsi kebermanfaatan memberikan sumbangan relatif sebesar 27% dan sumbangan efektif sebesar 14,8%. Variabel persepsi risiko memberikan sumbangan relatif sebesar 12,6% dan sumbangan efektif sebesar 7%. Kepercayaan memberikan sumbangan relatif sebesar 37,4% dan sumbangan efektif sebesar 20,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan paling dominan mempengaruhi minat menggunakan Rekening Ponsel.

B. Implikasi Penelitian

1. Persepsi kemudahan dalam hal penggunaan sebuah teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Perkembangan era zaman digital pada saat ini tidak menuntun kemungkinan bahwa nasabah dalam menggunakan teknologi informasi yang baru seperti pada layanan Rekening Ponsel tidak mengalami kesulitan. Hal ini mengandung implikasi untuk kedepannya bank sebagai penyedia layanan Rekening Ponsel dapat mengembangkan fitur layanan agar para nasabah merasa bahwa penggunaan layanan Rekening Ponsel semakin lebih mudah untuk dipahami dan digunakan sehingga mereka berminat untuk selalu menggunakan layanan tersebut dalam bertransaksi perbankan.
2. Persepsi kebermanfaatan dapat disimpulkan bahwa seseorang akan menggunakan sebuah teknologi apabila teknologi itu dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya layanan Rekening Ponsel terus mengembangkan fasilitas pelayanannya agar dapat memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa dengan menggunakan layanan

Rekening Ponsel dapat memberikan manfaat dengan meningkatkan kinerja penggunanya sehingga semakin efisien, efektif, dan produktif.

3. Persepsi risiko merupakan suatu pemikiran tentang risiko yang mungkin akan dialami oleh seseorang yang diakibatkan oleh suatu ketidakpastian dan konskuensi-konsekuensi negatif lainnya yang mungkin dapat diterima atas penggunaan produk atau jasa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Hal ini mengandung implikasi bahwa nasabah seharusnya tidak perlu ragu untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel. Bank CIMB Niaga selaku penyedia layanan Rekening Ponsel harus menjaga sistem keamanan dan kerahasiaan pada layanan Rekening Ponsel-nya, sehingga nasabah tidak akan ragu untuk menggunakan layanan tersebut dan tidak akan khawatir mengenai risiko yang mungkin akan ditimbulkan dari penggunaan.
4. Kepercayaan merupakan keyakinan dalam kredibilitas dan integritas yang dimiliki seseorang untuk dapat menimbulkan kemauan bergantung pada mitra bisnisnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Hal ini mengandung implikasi untuk kedepannya pihak bank CIMB Niaga harus mempromosikan jaminan dari sistem keamanan dan kerahasiaan dari layanan Rekening Ponsel kepada nasabah, sehingga dapat menambah rasa kepercayaan nasabah kepada bank dan layanan Rekening Ponsel-nya. Hal tersebut juga akan menambah frekuensi

transaksi dengan menggunakan layanan Rekening Ponsel sebagai pengganti transaksi perbankan secara konvensional agar lebih efisien dan efektif.

C. Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat nasabah dan bank penyedia layanan Rekening Ponsel, serta penelitian selanjutnya berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan Rekening Ponsel:

1. Mayoritas responden memberikan penilaian terendah pada item pertanyaan “bertransaksi menggunakan jasa perbankan terdapat informasi yang menimbulkan banyak permasalahan yang tidak terduga”. Oleh karena itu, sebaiknya pihak bank khususnya CIMB Niaga meningkatkan sistem keamanan dan kerahasiaan bank pada layanan Rekening Ponsel serta mempromosikan layanan tersebut dengan jaminan keamanan dan kerahasiaan yang dimilikinya, sehingga menimbulkan persepsi nasabah bahwa layanan tidak menimbulkan permasalahan yang tidak terduga.
2. Persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan memberikan sumbangan sebesar 53% terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel. Sedangkan 47% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Oleh karena itu, Bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian yang sama yang didukung dengan

melakukan observasi yang lebih banyak dengan menambah variabel pendukung misalnya keamanan, kualitas informasi, dan lain-lain.

3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkategorikan responden lebih luas, tidak hanya mencakup Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, mungkin bisa pada seluruh Indonesia ataupun Provinsi lain, serta dengan jumlah responden yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Bambang Setiyo Pambudi, dan Fathor AS. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Program Layanan *Internet Banking* BRI). Universitas Trunojoyo Madura.
- Ainur Rofiq. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia). *Thesis*. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.
- Al-Smadi, Mohammad O. (2010). Factors Affecting Adoption of Electronic Banking: An Analysis of the Perspectives of Banks' Customers. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 3, No. 17. Hlm. 294-309.
- Alter, Steven. (2008). Defining Information Systems as Work Systems: Implications for the IS Field. *European Journal of Information Systems*. Vol. 17, No. 5. Hlm. 448-469.
- Andi Hakim Febriansyah. (2010). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang USU Medan. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Azwar Saifuddin. (2010). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Chin, Wyne W dan Peter A.Todd. (1995). On The Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution. *MIS Quarterly*. Vol. 19, No. 2. Hlm. 237-246.
- CIMB Niaga. (2013). "Bank CIMB Niaga". Diambil dari: http://id.wikipedia.org/wiki/Bank_CIMB_Niaga, pada tanggal 30 Maret 2014.
- CIMB Niaga. (2013). "Frequently Asked Questions (FAQ) CIMB Niaga". Diambil dari: http://www.cimbniaga.com/repository/0394FAQ_Rekening%20Ponsel.pdf, pada tanggal 3 Januari 2014.
- Davis, Fred D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13, No. 5. Hlm. 319-340.

- Dewi Yuliasmi. (2012). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Konsumen dalam Bertransaksi Terhadap Pengaplikasian Layanan Jasa *Mobile Banking* (Studi Kasus di Kota Medan). *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Dwi Putra Jati Aribowo. (2012). Pengaruh *Trust* dan *Perceived of Risk* Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce* (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fahmi Natigor Nasution. (2004). Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (*Behavior Aspect*). *USU Digital Library*. Hlm. 1-10.
- Faramita, D. dan Mohammad A.M. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (Studi Kasus Pada Bank BCA, BRI dan Bank Syariah Mandiri). *Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2012)*. Vol.7. Hlm. 139-147.
- Fishbein, M and Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intentions and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesely. Boston. MA.
- Fitri Dwi Rahmawati. (2012). Pengaruh Kualitas Informasi, Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce* Tokobagus.com. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Frieda Ellena. (2011). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT.BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Gefen, David and Detmar Straub. (2000). The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of e-Commerce Adoption. *Journal of the association for information system*. Vol. 1, No. 8. Hlm. 1-28.
- Gerrard, P., and Cunningham, J.B. (2003). The Diffusion of Internet Banking Among Singapore Consumers. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 21, No. 1. Hlm. 16-28.
- Gilang Rizky Amijaya. 2010. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking*". *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Hendra Gunawan. (2013). "CIMB Niaga Tingkatkan Nasabah Rekening Ponsel". Diambil dari: <http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/08/27/cimb-niaga-tingkatkan-nasabah-rekening-ponsel>, pada tanggal 24 Januari 2014.
- _____. (2013). "Bidik Semua Segmen, CIMB Niaga luncurkan Rekening Ponsel". Diambil dari: <http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/03/28/bidik-semua-segmen-cimb-niaga-luncurkan-rekening-ponsel>, pada tanggal 24 Januari 2014.
- Hsu Meng-Chiang dan Chiu Chao-Ming, (2004). Predicting Electronic Service Continuance with A Decomposed Theory of Planned Behaviour. *Behaviour & Information Technology*. Vol. 23, Issue. 5. Hlm. 359-373.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irmadhani. (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy terhadap Penggunaan Online Banking. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Iqbal Hasan. (2003). *Pokok-Pokok Materi Statistika 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Javenpaa. (2000). The use of collaborative electronic media for information sharing: an exploratory study of determinants. *The Journal of Strategic Information Systems*. Volume 9, Issues. 2–3. Hlm. 129–154.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2008). *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kadir, A. (2003). *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kusuma, H. dan Susilowati, D. (2007). Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. Vol. 11, No. 2. Hlm. 125-139.
- Latif Fullah. (2012). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta). *Skripsi*. Universitas Binus.
- Lau, G.T., dan Sook H. Lee. (1999). Consumers' Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*. Vol. 4, No. 4. Hlm. 341-370.

- Lucas, Henry C., Jr. (1999). *Information Technology and the Productivity Paradox: Assessing the Value of Investing in IT*. New York: Oxford University Press.
- Maida Hardiman. (2012). Pengaruh Kebermanfaatan Teknologi Informasi, *Risk* dan *Perceived Uase of Use* terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus Pada Bank BNI 46 Yogyakarta cabang UGM dan Malioboro). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., (1995). An Integratif Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*. Vol. 30, No.3. Hlm. 709-734.
- Morgan Robert M. dan Shelby D. Hunt. (1994). The Commitment-Trust Theory of Realationship Marketing. *Journal of Marketing*. Vol. 58, No. 3. Hlm. 20-38.
- Muhammad Rafiq. (2009). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Pada Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Optimal*. Vol. 3, No. 1. Hlm. 31-48.
- Nunik Yuli Winayu. (2013). Pengaruh Kepercayaan, *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap Minat Menggunakan *E-commerce* FJBKaskus. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- O'Brien, James A. (2005). *Introduction to Information System*. 12th Edition. McGraw Hill Companies Inc, New York.
- Oxford University Press. (2014). "Oxford Dictionary language matters". Diambil dari: <http://www.oxforddictionaries.com/us/definition/english/information-technology?q=information+technology>, pada tanggal 12 Maret 2014.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol. 7, No. 3. Hlm. 69-103.
- _____. (2001). Consumer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model. *Journal of Logistics Information Management*. Vol. 1, No. 1. Hlm. 1-28.
- Purbayu Budi Santosa dan Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Reipita Sari. (2013). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-Banking Pada

Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Restu Guriting Panggalih dan Zaki Baridwan. (2013). Minat Individu Terhadap Penggunaan *Internet Banking*: Pendekatan *Modified Theory of Planned Behavior*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol. 1, No. 2. Hlm. 1-21.

Rizqi Aditya. (2011). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Jasa dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan IM3 di Kota Semarang.*Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Sauca Ananda Pranidana. (2009). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan Klik-BCA.*Skripsi*. Universitas Diponegoro.

Sjöberg, L., Bjørg-Elin M., dan Torbjørn R. (2004). Explaining Risk Perception.*An Evaluation of The Psychometric Paradigm In Risk Perception Research*. Norwegian University of Science and Technology, Department of Psychology.

Sugiyono. (2001). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

_____. (2011). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.

Sutrisno Hadi. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Suyanto. (2005). *Pengantar Teknologi Informasi untuk Bisnis*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi.

Wibowo, A. (2007). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur.

Widjana, Mahardika Aditya. (2010). Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya. *Thesis*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.

- Venkatesh, V., dan Davis, F.D. (2000). A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*. Vol. 46, No. 2. Hlm. 186-204.
- Venkatesh, V., dan Michael G. Moris. (2000). Why Don't Men Ever Stop to Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior. *MIS Quartely*. Vol. 24, No. 1. Hlm. 115-139
- Vankatesh, V., Morris et al. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quartely*. Vol. 27, No. 3. Hlm. 425-478.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., dan Foxall, G. R., (2003). A Proposed Model of E-trust for Electronic Banking. *Technovation*. Vol. 23. Hlm. 847-860.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Bambang Setiyo Pambudi, dan Fathor AS. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Program Layanan *Internet Banking* BRI). Universitas Trunojoyo Madura.
- Ainur Rofiq. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia). *Thesis*. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.
- Al-Smadi, Mohammad O. (2010). Factors Affecting Adoption of Electronic Banking: An Analysis of the Perspectives of Banks' Customers. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 3, No. 17. Hlm. 294-309.
- Alter, Steven. (2008). Defining Information Systems as Work Systems: Implications for the IS Field. *European Journal of Information Systems*. Vol. 17, No. 5. Hlm. 448-469.
- Andi Hakim Febriansyah. (2010). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang USU Medan. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Azwar Saifuddin. (2010). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Chin, Wyne W dan Peter A.Todd. (1995). On The Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution. *MIS Quarterly*. Vol. 19, No. 2. Hlm. 237-246.
- CIMB Niaga. (2013). "Bank CIMB Niaga". Diambil dari: http://id.wikipedia.org/wiki/Bank_CIMB_Niaga, pada tanggal 30 Maret 2014.
- CIMB Niaga. (2013). "Frequently Asked Questions (FAQ) CIMB Niaga". Diambil dari: http://www.cimbniaga.com/repository/0394FAQ_Rekening%20Ponsel.pdf, pada tanggal 3 Januari 2014.
- Davis, Fred D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13, No. 5. Hlm. 319-340.

- Dewi Yuliasmi. (2012). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Konsumen dalam Bertransaksi Terhadap Pengaplikasian Layanan Jasa *Mobile Banking* (Studi Kasus di Kota Medan). *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Dwi Putra Jati Aribowo. (2012). Pengaruh *Trust* dan *Perceived of Risk* Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce* (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fahmi Natigor Nasution. (2004). Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (*Behavior Aspect*). *USU Digital Library*. Hlm. 1-10.
- Faramita, D. dan Mohammad A.M. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (Studi Kasus Pada Bank BCA, BRI dan Bank Syariah Mandiri). *Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2012)*. Vol.7. Hlm. 139-147.
- Fishbein, M and Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intentions and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesely. Boston. MA.
- Fitri Dwi Rahmawati. (2012). Pengaruh Kualitas Informasi, Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce* Tokobagus.com. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Frieda Ellena. (2011). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT.BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Gefen, David and Detmar Straub. (2000). The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of e-Commerce Adoption. *Journal of the association for information system*. Vol. 1, No. 8. Hlm. 1-28.
- Gerrard, P., and Cunningham, J.B. (2003). The Diffusion of Internet Banking Among Singapore Consumers. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 21, No. 1. Hlm. 16-28.
- Gilang Rizky Amijaya. 2010. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking*". *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Hendra Gunawan. (2013). "CIMB Niaga Tingkatkan Nasabah Rekening Ponsel". Diambil dari: <http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/08/27/cimb-niaga-tingkatkan-nasabah-rekening-ponsel>, pada tanggal 24 Januari 2014.
- _____. (2013). "Bidik Semua Segmen, CIMB Niaga luncurkan Rekening Ponsel". Diambil dari: <http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/03/28/bidik-semua-segmen-cimb-niaga-luncurkan-rekening-ponsel>, pada tanggal 24 Januari 2014.
- Hsu Meng-Chiang dan Chiu Chao-Ming, (2004). Predicting Electronic Service Continuance with A Decomposed Theory of Planned Behaviour. *Behaviour & Information Technology*. Vol. 23, Issue. 5. Hlm. 359-373.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irmadhani. (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy terhadap Penggunaan Online Banking. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Iqbal Hasan. (2003). *Pokok-Pokok Materi Statistika 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Javenpaa. (2000). The use of collaborative electronic media for information sharing: an exploratory study of determinants. *The Journal of Strategic Information Systems*. Volume 9, Issues. 2–3. Hlm. 129–154.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2008). *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kadir, A. (2003). *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kusuma, H. dan Susilowati, D. (2007). Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. Vol. 11, No. 2. Hlm. 125-139.
- Latif Fullah. (2012). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta). *Skripsi*. Universitas Binus.
- Lau, G.T., dan Sook H. Lee. (1999). Consumers' Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*. Vol. 4, No. 4. Hlm. 341-370.

- Lucas, Henry C., Jr. (1999). *Information Technology and the Productivity Paradox: Assessing the Value of Investing in IT*. New York: Oxford University Press.
- Maida Hardiman. (2012). Pengaruh Kebermanfaatan Teknologi Informasi, *Risk* dan *Perceived Uase of Use* terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus Pada Bank BNI 46 Yogyakarta cabang UGM dan Malioboro). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., (1995). An Integratif Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*. Vol. 30, No.3. Hlm. 709-734.
- Morgan Robert M. dan Shelby D. Hunt. (1994). The Commitment-Trust Theory of Realationship Marketing. *Journal of Marketing*. Vol. 58, No. 3. Hlm. 20-38.
- Muhammad Rafiq. (2009). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Pada Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Optimal*. Vol. 3, No. 1. Hlm. 31-48.
- Nunik Yuli Winayu. (2013). Pengaruh Kepercayaan, *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap Minat Menggunakan *E-commerce* FJBKaskus. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- O'Brien, James A. (2005). *Introduction to Information System*. 12th Edition. McGraw Hill Companies Inc, New York.
- Oxford University Press. (2014). "Oxford Dictionary language matters". Diambil dari: <http://www.oxforddictionaries.com/us/definition/english/information-technology?q=information+technology>, pada tanggal 12 Maret 2014.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol. 7, No. 3. Hlm. 69-103.
- _____. (2001). Consumer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model. *Journal of Logistics Information Management*. Vol. 1, No. 1. Hlm. 1-28.
- Purbayu Budi Santosa dan Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Reipita Sari. (2013). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-Banking Pada

Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Restu Guriting Panggalih dan Zaki Baridwan. (2013). Minat Individu Terhadap Penggunaan *Internet Banking*: Pendekatan *Modified Theory of Planned Behavior*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol. 1, No. 2. Hlm. 1-21.

Rizqi Aditya. (2011). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Jasa dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan IM3 di Kota Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Sauca Ananda Pranidana. (2009). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan Klik-BCA. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.

Sjöberg, L., Bjørg-Elin M., dan Torbjørn R. (2004). Explaining Risk Perception. *An Evaluation of The Psychometric Paradigm In Risk Perception Research*. Norwegian University of Science and Technology, Department of Psychology.

Sugiyono. (2001). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

_____. (2011). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.

Sutrisno Hadi. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Suyanto. (2005). *Pengantar Teknologi Informasi untuk Bisnis*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi.

Wibowo, A. (2007). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur.

Widjana, Mahardika Aditya. (2010). Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya. *Thesis*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.

- Venkatesh, V., dan Davis, F.D. (2000). A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*. Vol. 46, No. 2. Hlm. 186-204.
- Venkatesh, V., dan Michael G. Moris. (2000). Why Don't Men Ever Stop to Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior. *MIS Quartely*. Vol. 24, No. 1. Hlm. 115-139
- Vankatesh, V., Morris et al. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quartely*. Vol. 27, No. 3. Hlm. 425-478.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., dan Foxall, G. R., (2003). A Proposed Model of E-trust for Electronic Banking. *Technovation*. Vol. 23. Hlm. 847-860.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER UJI COBA INSTRUMEN

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden : (boleh tidak diisi)

Jenis Kelamin : () Pria () Wanita

Usia :

Pekerjaan : ☐ Mahasiswa/Pelajar
☐ Pegawai Negeri
☐ Pegawai Swasta
☐ Wirausaha
☐ Ibu Rumah Tangga
☐ Lainnya

PETUNJUK

Pilih salah satu jawaban optional pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda silang (X) atau tanda *check list* (✓)

- Apakah Anda mengenal atau mengetahui mengenai layanan Rekening Ponsel yang diperkenalkan oleh bank CIMB Niaga?
 () Ya () Tidak
- Jika Iya, dari mana Anda mengenal atau mengetahui informasi mengenai layanan Rekening Ponsel?
 () Promosi dari bank () Surat kabar/Koran () Radio () Lainnya.....
- Jika Anda mengenal atau mengetahui layanan Rekening Ponsel, sudah berapa lama Anda mengenal atau mengetahui layanan tersebut?
 () < 3 Bulan () 3-6 Bulan () > 6 Bulan
- Apakah Anda pengguna atau terdaftar sebagai nasabah Rekening Ponsel?
 () Ya () Tidak
- Jika Iya, sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Rekening Ponsel?
 () < 3 Bulan () 3-6 Bulan () > 6 Bulan
- Berapa kali Anda menggunakan layanan Rekening Ponsel dalam 1 bulan?
 kali

PETUNJUK

Untuk setiap pernyataan berikut, silahkan berikan tanda silang (X) atau tanda *check list* (✓) pada kolom yang Anda anggap sesuai dengan pengalaman pekerjaan Anda. Kriteria pengukuran nilainya adalah :

(STS) Sangat Tidak Setuju

(TS) Tidak Setuju

(S) Setuju

(SS) Sangat Setuju

A. Minat Menggunakan

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1	Saya berminat untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel disela-sela waktu melaksanakan pekerjaan ataupun disaat saya senggang.				
2	Secara umum saya berminat menggunakan layanan Rekening Ponsel saat bertransaksi.				
3	Saya berminat untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel karena mendapat rekomendasi dari rekan-rekan saya.				
4	Saya tertarik pada layanan Rekening Ponsel yang ditawarkan oleh bank CIMB Niaga.				
5	Saya tertarik untuk mengakses layanan Rekening Ponsel setiap waktu.				
6	Saya tertarik menggunakan ponsel dalam bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan seperti pada layanan Rekening Ponsel.				
7	Saya berminat menggunakan layanan Rekening Ponsel jika memang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan saya di masa 168ating.				
8	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan layanan Rekening Ponsel di masa yang akan datang.				
9	Secara keseluruhan saya akan selalu menggunakan layanan Rekening Ponsel kapan saja dan di mana saja saat bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan, membeli pulsa, dll.				

B. Persepsi Kemudahan

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1	Menurut saya menu yang terdapat pada layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan mudah dimengerti.				
2	Belajar menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan mudah bagi saya.				
3	Menurut saya mudah untuk memiliki kemampuan dalam menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan.				
4	Saya merasa layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan mudah dioperasikan/digunakan.				
5	Saya dapat menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan tanpa halangan yang berarti.				
6	Saya bisa menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan tanpa bantuan dari orang lain.				
7	Saya tidak membutuhkan banyak usaha untuk dapat menggunakan layanan Rekening Ponsel dalam bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan.				
8	Menurut saya lebih baik jika menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan, membeli pulsa, dll tanpa bantuan dari orang lain.				
9	Saya langsung dapat menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan dengan baik saat pertama kali mengaksesnya.				
10	Dengan menggunakan ponsel dalam bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan membuat pekerjaan saya menjadi lebih mudah terselesaikan sesuai dengan keinginan saya.				
11	Pekerjaan saya dapat terselesaikan dengan baik dengan menggunakan Rekening Ponsel.				
12	Secara keseluruhan menggunakan layanan Rekening Ponsel membuat pekerjaan menjadi lebih mudah sesuai dengan keinginan saya.				

C. Persepsi Kebermanfaatan

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1	Kinerja saya meningkat dengan adanya Rekening Ponsel.				
2	Rekening Ponsel akan membuat kinerja saya lebih baik dari hari ke hari.				
3	Rekening Ponsel sangat mendukung aktivitas saya.				
4	Penggunaan Rekening Ponsel mampu menambah tingkat produktivitas saya.				
5	Penggunaan Rekening Ponsel membuat waktu saya tidak terbuang percuma dalam mengerjakan tugas-tugas saya.				
6	Penggunaan Rekening Ponsel mampu meningkatkan kualitas hasil pekerjaan saya.				
7	Penggunaan Rekening Ponsel mampu meningkatkan efektivitas kinerja saya.				
8	Penggunaan Rekening Ponsel memungkinkan saya untuk mengerjakan tugas-tugas saya lebih efektif.				
9	Penggunaan Rekening Ponsel memungkinkan saya untuk mengerjakan tugas saya dengan lebih praktis dan efisien.				
10	Penggunaan Rekening Ponsel memberikan manfaat pada pekerjaan saya.				
11	Penggunaan Rekening Ponsel menguntungkan bagi saya.				
12	Secara keseluruhan Rekening Ponsel bermanfaat bagi saya.				

D. Persepsi Risiko

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1	Ada risiko tertentu yang harus saya tanggung dalam melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan.				
2	Bertransaksi menggunakan layanan Rekening Ponsel memiliki risiko yang tinggi.				
3	Bertransaksi menggunakan layanan Rekening Ponsel tidak dapat terhindar dari risiko.				
4	Saya mengalami kerugian jika bertransaksi menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan.				
5	Transaksi yang melibatkan jasa perbankan dengan menggunakan layanan Rekening Ponsel dapat mendatangkan kerugian baik bersifat materi maupun non materi.				

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
6	Metode pembayaran dengan menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan dapat meminimalisir risiko kerugian yang mungkin dapat dialami.				
7	Saya merasa keputusan untuk melakukan transaksi yang melibatkan jasa perbankan menggunakan layanan Rekening Ponsel berisiko.				
8	Saya merasa terlalu banyak ketidakpastian seandainya memberikan informasi pribadi kepada pihak lain dalam transaksi perbankan.				
9	Saya merasa dalam bertransaksi menggunakan jasa perbankan terdapat informasi yang bisa menimbulkan banyak permasalahan yang tidak kita duga.				

E. Kepercayaan

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya.				
2	Saya tidak khawatir memberikan informasi keuangan bila bertransaksi melalui layanan Rekening Ponsel.				
3	Adanya bukti pada setiap transaksi dengan layanan Rekening Ponsel, yang lengkap dengan waktu transaksi, merupakan salah satu bukti keamanan transaksi.				
4	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin dalam transaksi menggunakan layanan Rekening Ponsel.				
5	Kerahasiaan data dalam layanan Rekening Ponsel akan terjaga karena transaksi dilakukan sendiri.				
6	Saya yakin semua data yang diproses lewat layanan Rekening Ponsel tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank.				

LAMPIRAN 2. DATA UJI COBA INSTRUMEN

a. Data Minat Menggunakan Rekening Ponsel

No	Minat Menggunakan Rekening Ponsel									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	24
2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	29
3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	29
4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	31
5	3	3	3	3	3	3	2	2	3	25
6	3	2	3	2	2	3	4	4	3	26
7	4	4	4	3	2	3	4	3	2	29
8	2	2	3	2	2	2	4	3	2	22
9	3	3	4	4	3	4	4	3	3	31
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
11	3	3	4	4	3	3	4	3	3	30
12	3	2	4	2	2	2	4	3	3	25
13	2	3	3	3	2	3	4	3	2	25
14	3	3	3	3	2	4	4	3	3	28
15	2	2	3	3	2	3	4	4	3	26
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	2	3	2	2	2	3	3	2	2	21
18	2	4	4	2	2	3	3	3	3	26
19	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
20	2	3	2	3	2	3	4	4	3	26
21	3	2	2	3	3	3	4	3	2	25
22	2	3	3	3	2	3	4	2	2	24
23	3	3	4	4	1	3	4	2	2	26
24	1	3	4	4	1	3	3	4	1	24
25	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
26	3	3	3	2	3	2	4	3	3	26
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
28	3	3	3	2	3	2	3	3	3	25
29	2	2	3	2	2	2	2	2	2	19
30	3	3	2	2	3	2	2	2	2	21

b. Data Persepsi Kemudahan

No	Persepsi Kemudahan												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	33
2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	33
3	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	3	3	32
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	35
5	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	37
6	2	3	3	3	2	2	2	1	2	3	3	3	29
7	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	38
8	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	27
9	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	43
10	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	42
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
12	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	29
13	3	3	3	3	2	1	2	2	1	3	3	3	29
14	3	3	3	3	2	1	2	2	1	3	3	3	29
15	4	4	4	4	4	3	1	4	1	2	2	2	35
16	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	43
17	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	20
18	3	3	3	3	3	4	3	4	1	3	3	3	36
19	3	3	3	4	2	2	4	3	2	3	4	4	37
20	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	36
21	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	31
22	3	3	3	3	2	2	2	1	2	3	3	3	30
23	3	4	4	4	1	1	2	1	3	4	3	3	33
24	4	4	4	4	3	3	2	3	4	2	2	3	38
25	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	36
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
27	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	34
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
29	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	30
30	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	31

d. Data Persepsi Risiko

No	Persepsi Risiko									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	2	3	4	3	3	2	3	2	2	24
2	2	3	3	3	2	3	3	2	1	22
3	2	4	2	4	2	3	2	2	1	22
4	4	3	2	2	2	3	2	2	2	22
5	3	3	3	3	4	3	3	2	2	26
6	1	2	2	3	2	3	3	2	2	20
7	1	3	2	4	2	3	3	1	1	20
8	1	2	2	3	2	3	2	2	1	18
9	3	3	4	4	3	3	4	4	3	31
10	2	4	4	3	2	3	3	3	2	26
11	1	2	2	4	2	1	2	2	2	18
12	1	1	1	2	2	1	2	2	1	13
13	2	2	2	2	2	2	2	2	1	17
14	2	3	3	3	2	2	2	2	2	21
15	1	2	2	3	2	2	2	2	1	17
16	1	2	2	4	2	3	2	1	1	18
17	2	2	2	2	2	2	2	1	1	16
18	2	4	4	4	2	3	4	2	2	27
19	1	2	2	4	2	3	2	2	2	20
20	1	2	2	3	2	3	3	3	3	22
21	2	3	3	3	3	2	3	2	2	23
22	1	1	1	1	1	3	1	1	1	11
23	1	1	1	3	1	3	2	2	1	15
24	2	2	2	2	1	2	2	2	1	16
25	2	2	2	4	2	3	2	1	1	19
26	2	3	3	3	3	2	3	2	2	23
27	2	2	2	3	3	3	2	3	2	22
28	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
29	2	2	3	3	2	2	2	2	2	20
30	2	2	3	2	2	3	3	2	3	22

e. Data Kepercayaan

No	Kepercayaan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	3	2	3	3	3	3	17
2	3	2	4	3	4	3	19
3	4	3	4	3	4	3	21
4	3	2	3	2	4	4	18
5	2	4	2	3	4	3	18
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	1	4	4	4	4	21
8	3	1	3	3	4	3	17
9	4	3	4	4	4	4	23
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	2	4	3	4	3	20
12	3	2	3	3	3	3	17
13	3	1	3	3	3	3	16
14	4	1	4	3	4	3	19
15	3	1	3	3	4	3	17
16	4	4	4	4	4	4	24
17	3	2	3	3	3	3	17
18	4	3	4	4	4	4	23
19	4	4	4	4	4	4	24
20	3	2	3	2	3	3	16
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	3	4	4	23
25	4	1	4	3	3	3	18
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	2	3	2	3	3	16
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	2	2	2	2	2	13
30	4	3	3	3	3	3	19

LAMPIRAN 3. UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS

a. Uji Validitas

1) Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan Rekening Ponsel

		Correlations									
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.total
Y.1	Pearson Correlation	1	.528**	.382*	.323	.620**	.420*	.309	.229	.621**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.003	.037	.081	.000	.021	.097	.223	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.528**	1	.459*	.456*	.317	.542**	.122	.225	.384*	.668**
	Sig. (2-tailed)	.003		.011	.011	.087	.002	.520	.233	.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.382*	.459*	1	.535**	.066	.411*	.359	.341	.334	.646**
	Sig. (2-tailed)	.037	.011		.002	.728	.024	.051	.066	.071	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.323	.456*	.535**	1	.180	.661**	.404*	.321	.257	.691**
	Sig. (2-tailed)	.081	.011	.002		.340	.000	.027	.084	.170	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.620**	.317	.066	.180	1	.317	.000	.166	.640**	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000	.087	.728	.340		.087	1.000	.382	.000	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.420*	.542**	.411*	.661**	.317	1	.413*	.427*	.415*	.762**
	Sig. (2-tailed)	.021	.002	.024	.000	.087		.023	.019	.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.309	.122	.359	.404*	.000	.413*	1	.517**	.277	.560**
	Sig. (2-tailed)	.097	.520	.051	.027	1.000	.023		.003	.138	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	.229	.225	.341	.321	.166	.427*	.517**	1	.482**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.223	.233	.066	.084	.382	.019	.003		.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.9	Pearson Correlation	.621**	.384*	.334	.257	.640**	.415*	.277	.482**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.036	.071	.170	.000	.022	.138	.007		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.total	Pearson Correlation	.745**	.668**	.646**	.691**	.561**	.762**	.560**	.615**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.000	

[illegible]

X1.11	Pearson Correlation	.281	.301	.301	.308	-.123	-.064	.464**	.114	.231	.578**	1	.575**	.480**
	Sig. (2-tailed)	.132	.106	.106	.098	.517	.735	.010	.548	.220	.001		.001	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	.214	.129	.129	.308	.000	.350	.618**	.345	.471**	.410*	.575**	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.257	.496	.496	.098	1.000	.058	.000	.062	.009	.025	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.total	Pearson Correlation	.679**	.601**	.587**	.636**	.516**	.614**	.666**	.751**	.621**	.341	.480**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.065	.007	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

3) Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kebermanfaatan

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.Total
X2.1	1	.898**	.726**	.785**	.597**	.846**	.744**	.570**	.480**	.396*	.507**	.552**	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.001	.007	.031	.004	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.898**	1	.565**	.784**	.523**	.831**	.755**	.640**	.560**	.388*	.513**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.003	.000	.000	.001	.001	.034	.004	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.726**	.565**	1	.710**	.698**	.732**	.719**	.570**	.536**	.517**	.479**	.519**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.001	.002	.003	.007	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.785**	.784**	.710**	1	.797**	.911**	.967**	.821**	.724**	.681**	.636**	.532**	.953**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.597**	.523**	.698**	.797**	1	.742**	.809**	.772**	.654**	.648**	.520**	.572**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.003	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.846**	.831**	.732**	.911**	.742**	1	.882**	.761**	.674**	.554**	.709**	.596**	.943**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.744**	.755**	.719**	.967**	.809**	.882**	1	.837**	.814**	.695**	.590**	.517**	.950**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.570**	.640**	.570**	.821**	.772**	.761**	.837**	1	.867**	.564**	.482**	.519**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.007	.003	.000

4) Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.532**	.507**	-.115	.490**	.086	.319	.352	.400*	.610**
	Sig. (2-tailed)		.002	.004	.545	.006	.650	.086	.056	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.532**	1	.755**	.428*	.445*	.206	.615**	.288	.294	.794**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.018	.014	.275	.000	.123	.114	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.507**	.755**	1	.306	.548**	.068	.762**	.455*	.566**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.100	.002	.720	.000	.012	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	-.115	.428*	.306	1	.270	.209	.385*	.131	.125	.474**
	Sig. (2-tailed)	.545	.018	.100		.149	.268	.035	.490	.512	.008

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.490**	.445*	.548**	.270	1	-.056	.521**	.385*	.493**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.006	.014	.002	.149		.767	.003	.036	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.086	.206	.068	.209	-.056	1	.204	.038	.062	.290
	Sig. (2-tailed)	.650	.275	.720	.268	.767		.280	.841	.743	.120
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	.319	.615**	.762**	.385*	.521**	.204	1	.494**	.591**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.086	.000	.000	.035	.003	.280		.005	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.8	Pearson Correlation	.352	.288	.455*	.131	.385*	.038	.494**	1	.683**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.056	.123	.012	.490	.036	.841	.005		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.9	Pearson Correlation	.400*	.294	.566**	.125	.493**	.062	.591**	.683**	1	.703**
	Sig. (2-tailed)	.029	.114	.001	.512	.006	.743	.001	.000		.000

N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.Total	Pearson Correlation	.610**	.794**	.858**	.474**	.690**	.290	.829**	.635**	.703**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.008	.000	.120	.000	.000	.000	
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

5) Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

		Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.230	.859**	.605**	.432*	.578**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.222	.000	.000	.017	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.230	1	.186	.453*	.251	.492**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.222		.325	.012	.181	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.859**	.186	1	.653**	.641**	.664**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.325		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

X4.4	Pearson Correlation	.605**	.453*	.653**	1	.563**	.697**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.000		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	.432*	.251	.641**	.563**	1	.699**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.017	.181	.000	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.6	Pearson Correlation	.578**	.492**	.664**	.697**	.699**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.Total	Pearson Correlation	.751**	.661**	.802**	.841**	.727**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

b. Uji Realibilitas

1) Hasil Uji Realibilitas Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Case Processing Summary		
		N
		%
Cases	Valid	30
	Excluded ^a	0
	Total	30
		100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.843	.843	9

2) Hasil Uji Realibilitas Persepsi Kemudahan

Case Processing Summary		
		N
		%
Cases	Valid	30
	Excluded ^a	0
	Total	30
		100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.831	.842	11

3) Hasil Uji Realibilitas Persepsi Kebermanfaatan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.957	.956	12

4) Hasil Uji Realibilitas Persepsi Risiko

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.856	.858	8

5) Hasil Uji Realibilitas Kepercayaan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.828	.873	6

LAMPIRAN 4. KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEBERMANFAATAN, RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN REKENING PONSEL (STUDI KASUS PADA NASABAH CIMB NIAGA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yaufi Andriyano
NIM : 10412144034
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Negeri Yogyakarta

Sedang melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta)**”.

Bersamaan dengan ini, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk berpartisipasi dalam penelitian saya dengan mengisi pertanyaan pada kuesioner penelitian saya. Pertanyaan pada kuesioner saya dapat dijawab dengan mudah dan hanya memerlukan waktu 5-10 menit.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner ini, saya selaku peneliti mengucapkan terima kasih. **Data yang Anda berikan dijamin kerahasiaanya.**

Hormat Saya,
Peneliti

Yaufi Andriyano
NIM.10412144034

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden : (boleh tidak diisi)

Jenis Kelamin : () Pria () Wanita

Usia :

Pekerjaan : ☐ Mahasiswa/Pelajar
☐ Pegawai Negeri
☐ Pegawai Swasta
☐ Wirausaha
☐ Ibu Rumah Tangga
☐ Lainnya

PETUNJUK

Pilih salah satu jawaban optional pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda silang (X) atau tanda *check list* (✓)

7. Apakah Anda mengenal atau mengetahui mengenai layanan Rekening Ponsel yang diperkenalkan oleh bank CIMB Niaga?

() Ya () Tidak

8. Jika Iya, dari mana Anda mengenal atau mengetahui informasi mengenai layanan Rekening Ponsel?

() Promosi dari bank () Surat kabar/Koran () Radio () Lainnya.....

9. Jika Anda mengenal atau mengetahui layanan Rekening Ponsel, sudah berapa lama Anda mengenal atau mengetahui layanan tersebut?

() < 3 Bulan () 3-6 Bulan () > 6 Bulan

10. Apakah Anda pengguna atau terdaftar sebagai nasabah Rekening Ponsel?

() Ya () Tidak

11. Jika Iya, sudah berapa lama Anda menggunakan layanan Rekening Ponsel?

() < 3 Bulan () 3-6 Bulan () > 6 Bulan

12. Berapa kali Anda menggunakan layanan Rekening Ponsel dalam 1 bulan?

..... kali

PETUNJUK

Untuk setiap pernyataan berikut, silahkan berikan tanda silang (X) atau tanda *check list* (✓) pada kolom yang Anda anggap sesuai dengan pengalaman pekerjaan Anda. Kriteria pengukuran nilainya adalah :

(STS) Sangat Tidak Setuju

(TS) Tidak Setuju

(S) Setuju

(SS) Sangat Setuju

A. Minat Menggunakan

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1	Saya berminat untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel disela-sela waktu melaksanakan pekerjaan ataupun disaat saya senggang.				
2	Secara umum saya berminat menggunakan layanan Rekening Ponsel saat bertransaksi.				
3	Saya berminat untuk menggunakan layanan Rekening Ponsel karena mendapat rekomendasi dari rekan-rekan saya.				
4	Saya tertarik pada layanan Rekening Ponsel yang ditawarkan oleh bank CIMB Niaga.				
5	Saya tertarik untuk mengakses layanan Rekening Ponsel setiap waktu.				
6	Saya tertarik menggunakan ponsel dalam bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan seperti pada layanan Rekening Ponsel.				
7	Saya berminat menggunakan layanan Rekening Ponsel jika memang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan saya di masa datang.				
8	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan layanan Rekening Ponsel di masa yang akan datang.				
9	Secara keseluruhan saya akan selalu menggunakan layanan Rekening Ponsel kapan saja dan di mana saja saat bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan, membeli pulsa, dll.				

B. Persepsi Kemudahan

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1	Menurut saya menu yang terdapat pada layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan mudah dimengerti.				
2	Belajar menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan mudah bagi saya.				
3	Menurut saya mudah untuk memiliki kemampuan dalam menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan.				
4	Saya merasa layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan mudah dioperasikan/digunakan.				
5	Saya dapat menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan tanpa halangan yang berarti.				
6	Saya bisa menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan tanpa bantuan dari orang lain.				
7	Saya tidak membutuhkan banyak usaha untuk dapat menggunakan layanan Rekening Ponsel dalam bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan.				
8	Menurut saya lebih baik jika menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan, membeli pulsa, dll tanpa bantuan dari orang lain.				
9	Saya langsung dapat menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan dengan baik saat pertama kali mengaksesnya.				
10	Pekerjaan saya dapat terselesaikan dengan baik dengan menggunakan Rekening Ponsel.				
11	Secara keseluruhan menggunakan layanan Rekening Ponsel membuat pekerjaan menjadi lebih mudah sesuai dengan keinginan saya.				

C. Persepsi Kebermanfaatan

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1	Kinerja saya meningkat dengan adanya Rekening Ponsel.				
2	Rekening Ponsel akan membuat kinerja saya lebih baik dari hari ke hari.				
3	Rekening Ponsel sangat mendukung aktivitas saya.				
4	Penggunaan Rekening Ponsel mampu menambah tingkat produktivitas saya.				
5	Penggunaan Rekening Ponsel membuat waktu saya tidak terbuang percuma dalam mengerjakan tugas-tugas saya.				
6	Penggunaan Rekening Ponsel mampu meningkatkan kualitas hasil pekerjaan saya.				
7	Penggunaan Rekening Ponsel mampu meningkatkan efektivitas kinerja saya.				
8	Penggunaan Rekening Ponsel memungkinkan saya untuk mengerjakan tugas-tugas saya lebih efektif.				
9	Penggunaan Rekening Ponsel memungkinkan saya untuk mengerjakan tugas saya dengan lebih praktis dan efisien.				
10	Penggunaan Rekening Ponsel memberikan manfaat pada pekerjaan saya.				
11	Penggunaan Rekening Ponsel menguntungkan bagi saya.				
12	Secara keseluruhan Rekening Ponsel bermanfaat bagi saya.				

D. Persepsi Risiko

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1	Ada risiko tertentu yang harus saya tanggung dalam melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan.				
2	Bertransaksi menggunakan layanan Rekening Ponsel memiliki risiko yang tinggi.				
3	Bertransaksi menggunakan layanan Rekening Ponsel tidak dapat terhindar dari risiko.				
4	Saya mengalami kerugian jika bertransaksi menggunakan layanan Rekening Ponsel untuk bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan.				
5	Transaksi yang melibatkan jasa perbankan dengan menggunakan layanan Rekening Ponsel dapat mendatangkan kerugian baik bersifat materi maupun non materi.				

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
6	Saya merasa keputusan untuk melakukan transaksi yang melibatkan jasa perbankan menggunakan layanan Rekening Ponsel berisiko.				
7	Saya merasa terlalu banyak ketidakpastian seandainya memberikan informasi pribadi kepada pihak lain dalam transaksi perbankan.				
8	Saya merasa dalam bertransaksi menggunakan jasa perbankan terdapat informasi yang bisa menimbulkan banyak permasalahan yang tidak kita duga.				

E. Kepercayaan

No	Pertanyaan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya.				
2	Saya tidak khawatir memberikan informasi keuangan bila bertransaksi melalui layanan Rekening Ponsel.				
3	Adanya bukti pada setiap transaksi dengan layanan Rekening Ponsel, yang lengkap dengan waktu transaksi, merupakan salah satu bukti keamanan transaksi.				
4	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin dalam transaksi menggunakan layanan Rekening Ponsel.				
5	Kerahasiaan data dalam layanan Rekening Ponsel akan terjaga karena transaksi dilakukan sendiri.				
6	Saya yakin semua data yang diproses lewat layanan Rekening Ponsel tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank.				

No	Persepsi Kemudahan												Kebermanfaatan													
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	X _{1.5}	X _{1.6}	X _{1.7}	X _{1.8}	X _{1.9}	X _{1.10}	X _{1.11}	X1	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	X _{2.5}	X _{2.6}	X _{2.7}	X _{2.8}	X _{2.9}	X _{2.10}	X _{2.11}	X _{2.12}	X2	
1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2.82	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2.92
2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2.36	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2.42	
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2.91	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3.33	
4	3	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2.36	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2.92	
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3.73	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3.67	
6	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3.55	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3.58	
7	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2.64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	
8	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2.73	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2.92	
9	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2.73	2	2	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	2.92	
10	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	3	2.64	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3.25	
11	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2.91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3.08	
12	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3.09	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3.25	
13	2	3	3	3	2	2	2	1	2	3	3	2.36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3.83	
14	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3.18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	
15	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2.18	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2.42	
16	4	4	4	4	4	1	3	4	3	4	3	3.45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3.83	
17	3	3	4	4	1	2	3	2	2	3	3	2.73	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2.83	
18	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3.55	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3.83	
19	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2.73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2.58	
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3.09	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3.08	
23	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2.36	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2.42	
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2.83	
25	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2.55	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2.83	
26	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00	

57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	
58	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3.27	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.08	
59	4	4	4	4	3	3	2	3	4	2	3	3.27	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3.17	
60	4	4	4	3	2	2	2	2	3	4	3	3.00	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3.42	
61	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2.55	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2.33
62	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2.55	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2.33	
63	3	3	3	3	1	1	1	3	3	3	3	2.45	2	2	4	3	4	2	3	3	3	2	4	2.92	
64	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3.55	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3.33	
65	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2.55	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2.42
66	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3.64	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3.33
67	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3.55	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3.42
68	2	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	2.55	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	2.58
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3.09	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3.00	
70	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3.64	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3.67
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
72	3	3	3	3	1	1	1	3	2	3	4	2.45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
74	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3.55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3.08	
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3.09	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3.25
76	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.09	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
78	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2.82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
80	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.09	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
81	3	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	2.45	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2.92
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2.91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2.83	
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00

87	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2.64	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3.17
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3.09	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3.08
89	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3.27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3.64	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00
92	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	2.82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
93	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3.09	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3.25
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3.42
95	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3.00	2	2	3	2	3	2	3	3	4	3	2	3	2.67
96	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2.18	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2.42
97	2	2	2	2	1	2	1	4	2	3	3	2.18	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	2	3	2.50

No	Risiko									Kepercayaan							Minat Menggunakan Ponsel Rekening									
	X _{3.1}	X _{3.2}	X _{3.3}	X _{3.4}	X _{3.5}	X _{3.6}	X _{3.7}	X _{3.8}	X ₃	X _{4.1}	X _{4.2}	X _{4.3}	X _{4.4}	X _{4.5}	X _{4.6}	X ₄	Y _{1.1}	Y _{1.2}	Y _{1.3}	Y _{1.4}	Y _{1.5}	Y _{1.6}	Y _{1.7}	Y _{1.8}	Y _{1.9}	Y
1	2	2	3	2	2	2	2	2	2.13	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2.67
2	2	2	2	2	2	1	1	1	1.63	3	2	2	3	3	2	2.50	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2.78
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00	3	3	3	3	3	3	3.00	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2.78
4	3	4	3	4	4	4	4	4	3.75	3	3	3	3	3	3	3.00	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2.78
5	2	1	1	1	1	1	1	1	1.13	4	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3.67
6	1	2	2	2	2	2	2	2	1.88	4	1	4	3	4	3	3.17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
7	2	3	4	3	3	3	2	2	2.75	3	2	3	3	3	3	2.83	3	3	1	3	1	3	3	3	3	2.56
8	2	3	3	3	2	3	2	2	2.50	3	2	3	3	3	3	2.83	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2.67
9	2	4	2	4	2	2	2	1	2.38	3	2	4	3	4	3	3.17	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3.11
10	4	3	2	2	2	2	2	2	2.38	4	3	4	3	4	3	3.50	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3.22
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	3	2	3	2	4	4	3.00	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3.44
12	1	2	2	3	1	1	1	3	1.75	2	4	2	3	4	3	3.00	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2.78
13	1	3	2	4	2	3	1	1	2.13	4	4	4	4	4	4	4.00	3	2	3	2	2	3	4	4	3	2.89
14	1	2	2	3	2	2	2	1	1.88	4	1	4	4	4	4	3.50	4	4	4	3	2	3	4	3	2	3.22
15	3	3	4	4	3	4	4	3	3.50	3	1	3	3	4	3	2.83	2	2	3	2	2	2	4	3	2	2.44

16	2	3	2	2	4	2	2	2	2.38	4	3	4	4	4	4	3.83	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3.44
17	2	4	4	3	2	3	3	2	2.88	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	2	4	3	2	2	2.78
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00	4	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3.78
19	2	3	1	3	3	2	2	2	2.25	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2.67
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2.67
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2.78
22	1	1	1	2	2	2	2	1	1.50	4	2	4	3	4	3	3.33	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3.33
23	2	3	2	3	2	3	2	2	2.38	3	2	3	3	3	3	2.83	3	2	4	2	2	2	4	3	3	2.78
24	2	2	2	3	2	2	2	2	2.13	3	3	2	3	2	3	2.67	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2.67
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2.78
26	2	2	2	3	3	2	2	2	2.25	2	2	2	2	2	2	2.00	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2.11
27	2	2	2	2	2	2	2	1	1.88	3	2	3	2	3	2	2.50	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2.89
28	2	3	3	3	2	2	2	2	2.38	3	1	3	3	3	3	2.67	2	3	3	3	2	3	4	3	2	2.78
29	1	2	2	3	2	2	2	1	1.88	4	1	4	3	4	3	3.17	3	3	3	3	1	4	4	3	3	3.00
30	2	2	2	3	3	2	2	2	2.25	3	1	3	3	4	3	2.83	2	2	3	3	2	3	4	4	3	2.89
31	2	3	3	3	2	2	2	2	2.38	3	2	3	3	3	3	2.83	2	2	3	2	2	2	4	2	2	2.33
32	2	2	2	1	2	2	2	2	1.88	3	3	3	3	3	3	3.00	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3.22
33	4	4	4	4	3	3	3	3	3.50	3	2	3	3	2	3	2.67	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2.22
34	3	4	4	3	3	3	3	2	3.13	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2.78
35	1	2	2	4	2	2	1	1	1.88	4	2	4	3	4	3	3.33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
36	2	2	2	2	2	1	1	1	1.63	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
37	1	2	2	3	2	3	3	3	2.38	4	3	4	4	4	4	3.83	2	4	4	2	2	3	3	3	3	2.89
38	1	1	1	3	1	2	2	1	1.50	3	2	3	2	3	3	2.67	2	3	2	3	2	3	4	4	3	2.89
39	2	2	2	4	2	2	2	1	2.13	4	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	4	1	3	4	2	2	2.89
40	1	1	2	3	2	2	2	2	1.88	4	3	4	4	4	3	3.67	3	3	4	2	2	3	4	2	4	3.00
41	2	4	4	4	2	3	3	3	3.13	4	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3.44
42	3	4	4	4	3	3	3	2	3.25	4	3	4	3	4	4	3.67	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3.67
43	2	2	2	2	2	2	2	1	1.88	4	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3.44
44	2	3	3	4	2	2	2	2	2.50	3	1	3	2	3	3	2.50	2	2	3	2	2	2	4	2	2	2.33
45	2	3	4	3	2	2	2	2	2.50	4	2	4	4	4	4	3.67	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3.22

46	3	4	4	3	2	4	4	4	3.50	3	4	4	4	4	3	3.67	3	3	3	3	1	3	4	2	4	2.89
47	3	3	3	3	3	3	4	4	3.25	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	2	2	4	4	4	2	4	3.33
48	2	2	2	2	2	2	1	1	1.75	3	3	3	3	3	4	3.17	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3.11
49	4	4	4	4	4	4	4	2	3.75	3	2	3	3	3	3	2.83	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2.33
50	2	3	3	3	3	3	2	2	2.63	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3.78
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	3	3	3	3	3	3	3.00	3	2	2	3	3	3	4	3	2	2.78
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3.00	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2.56
53	1	2	4	1	2	2	3	2	2.13	3	3	3	3	3	4	3.17	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2.67
54	2	3	3	4	2	3	2	2	2.63	3	2	4	3	3	3	3.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	2	3	4	2	3	2.89
56	2	2	1	1	2	2	1	1	1.50	3	1	4	4	3	4	3.17	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3.67
57	2	3	3	3	3	3	2	2	2.63	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
58	2	2	2	2	1	2	2	1	1.75	4	3	3	3	3	4	3.33	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3.44
59	2	2	2	4	2	2	1	1	2.00	4	4	4	3	4	4	3.83	1	3	4	4	1	3	3	4	1	2.67
60	2	2	3	3	2	2	2	2	2.25	4	1	4	3	3	3	3.00	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3.78
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	3	2	2	2	2	2	2.17	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2.11
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	3	3	3	3	3	3.17	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2.33
63	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00	3	3	3	3	3	3	3.00	2	2	4	2	2	3	4	3	2	2.67
64	2	3	2	2	3	3	3	2	2.50	4	4	4	3	3	3	3.50	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3.33
65	3	4	4	4	4	4	3	3	3.63	3	3	3	3	3	3	3.00	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2.44
66	2	2	2	2	1	1	1	1	1.50	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
67	1	1	1	2	1	2	2	1	1.38	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3.44
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3	3	3.00	2	2	3	2	2	2	4	4	4	2.78
69	2	1	1	1	1	1	1	1	1.13	4	2	4	4	4	4	3.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
70	2	1	1	1	1	1	1	1	1.13	3	4	4	4	3	3	3.50	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3.33
71	2	4	4	3	3	2	2	2	2.75	4	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	2	4	4	4	4	3.67	3	2	4	2	2	3	3	3	3	2.78
73	1	1	1	2	2	2	1	1	1.38	4	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
74	2	1	1	1	1	1	1	2	1.25	3	3	3	3	4	3	3.17	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3.67
75	1	1	1	3	1	1	1	1	1.25	3	4	4	4	3	4	3.67	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3.33

76	2	3	3	3	3	3	2	2	2.63	3	1	3	2	1	3	2.17	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2.22
77	2	2	2	3	3	2	3	2	2.38	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	2	3	2	4	3	3	2.89
78	1	1	1	1	1	1	1	1	1.00	3	2	3	2	3	3	2.67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
79	1	1	1	3	1	1	1	1	1.25	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2.78
80	2	2	2	2	2	2	2	1	1.88	3	1	3	2	1	3	2.17	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2.22
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	2	2	3	4	3	3	2.89
82	2	2	2	2	2	1	1	1	1.63	3	2	3	2	3	3	2.67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	3	1	4	3	3	3	2.83	3	3	3	1	1	3	3	2	2	2.33
84	2	2	2	2	2	1	1	1	1.63	4	2	4	4	4	4	3.67	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3.11
85	1	1	1	1	1	2	2	2	1.38	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
86	2	3	4	3	2	3	2	2	2.63	4	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3.22
87	2	3	3	3	2	3	3	2	2.63	4	3	3	3	4	4	3.50	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3.22
88	2	2	2	2	1	2	2	1	1.75	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3.11
89	2	1	1	1	1	1	1	1	1.13	4	2	4	4	4	4	3.67	3	3	4	3	2	3	4	2	4	3.11
90	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00	3	3	3	3	3	3	3.00	2	2	4	2	2	3	3	3	3	2.67
91	4	3	4	4	4	4	3	3	3.63	3	3	3	3	3	3	3.00	2	2	3	2	1	2	4	2	2	2.22
92	3	3	3	3	3	3	2	2	2.75	4	2	4	3	3	3	3.17	3	3	3	3	2	4	4	3	2	3.00
93	1	2	2	3	2	3	2	2	2.13	2	4	2	3	4	2	2.83	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3.11
94	1	3	2	4	2	3	1	1	2.13	4	4	3	3	4	4	3.67	3	3	1	1	1	3	3	3	3	2.33
95	1	2	2	3	2	2	2	2	2.00	4	1	4	4	4	3	3.33	3	3	3	3	2	3	4	3	2	2.89
96	1	3	2	4	2	3	1	1	2.13	3	1	3	3	3	3	2.67	2	2	3	2	2	2	4	3	2	2.44
97	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00	4	2	4	2	2	2	2.67	3	2	4	2	1	3	4	3	2	2.67

LAMPIRAN 6. FREQUENCIES KARAKTERISTIK RESPONDEN

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	62	63.9	63.9	63.9
	Perempuan	35	36.1	36.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 tahun	43	44.3	44.3	44.3
	25 - 35 tahun	43	44.3	44.3	88.7
	> 35 tahun	11	11.3	11.3	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/pelajar	31	32.0	32.0	32.0
	Pegawai negeri	15	15.5	15.5	47.4
	Pegawai swasta	34	35.1	35.1	82.5
	Wirausaha	8	8.2	8.2	90.7
	IRT	7	7.2	7.2	97.9
	Lainnya	2	2.1	2.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

d. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengetahui Rekening Ponsel

Sumber

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bank	66	68.0	68.0	68.0
	Internet	10	10.3	10.3	78.4
	Media masaa	17	17.5	17.5	95.9
	Teman	4	4.1	4.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

- e. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengetahui Informasi Mengenai Rekening Ponsel

Lama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 3 bulan	48	49.5	49.5	49.5
3 - 6 bulan	14	14.4	14.4	63.9
> 6 bulan	35	36.1	36.1	100.0
Total	97	100.0	100.0	

- f. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidak Pernah Menggunakan Rekening Ponsel

Menggunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	45	46.4	46.4	46.4
Ya	52	53.6	53.6	100.0
Total	97	100.0	100.0	

- g. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Rekening Ponsel

Lama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 3 bulan	22	42.3	42.3	42.3
3 - 6 bulan	7	13.5	13.5	55.8
> 6 bulan	23	44.2	44.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

- h. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Rekening Ponsel dalam 1 Bulan

Frekuensi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 - 2 kali	38	73.1	73.1	73.1
3 - 4 kali	5	9.6	9.6	82.7
> 4 kali	9	17.3	17.3	100.0
Total	52	100.0	100.0	

PERHITUNGAN DISTRIBUSI KECENDERUNGAN VARIABEL

1. Minat Menggunakan Rekening Ponsel

$$\text{Mean ideal (Mi)} = \frac{1}{2} (X \text{ max} + X \text{ min})$$

$$= \frac{1}{2} (36 + 9)$$

$$= 22,5$$

$$\text{Standar Deviasi ideal (Si)} = \frac{1}{6} (X \text{ max} - X \text{ min})$$

$$= \frac{1}{6} (36 - 9)$$

$$= 4,5$$

Penentuan Kategori :

$$\text{a. Sangat Tinggi} = \text{Mi} + 1,5\text{Si} < X \leq \text{Mi} + 3\text{Si}$$

$$= 22,5 + 1,5(4,5) < X \leq 22,5 + 3(4,5)$$

$$= 29,25 < X \leq 36$$

$$\approx 29 < X \leq 36$$

$$\text{b. Tinggi} = \text{Mi} + 0,5\text{Si} < X \leq \text{Mi} + 1,5\text{Si}$$

$$= 22,5 + 0,5(4,5) < X \leq 22,5 + 1,5(4,5)$$

$$= 24,75 < X \leq 29,25$$

$$\approx 25 < X \leq 29$$

$$\text{c. Sedang} = \text{Mi} - 0,5\text{Si} < X \leq \text{Mi} + 0,5\text{Si}$$

$$= 22,5 - 0,5(4,5) < X \leq 22,5 + 0,5(4,5)$$

$$= 20,25 < X \leq 24,75$$

$$\approx 20 < X \leq 25$$

$$\text{d. Rendah} = \text{Mi} - 1,5\text{Si} < X \leq \text{Mi} - 0,5\text{Si}$$

$$= 22,5 - 1,5(4,5) < X \leq 22,5 - 0,5(4,5)$$

$$= 15,75 < X \leq 20,25$$

$$\approx 16 < X \leq 20$$

e. Sangat Rendah = $M_i - 3S_i < X \leq M_i - 1,5S_i$

$$= 22,5 - 3(4,5) < X \leq 22,5 - 1,5(4,5)$$

$$= 9 < X \leq 15,75$$

$$\approx 9 < X \leq 15$$

2. Persepsi Kemudahan

Mean ideal (M_i) = $\frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min})$

$$= \frac{1}{2} (44 + 11)$$

$$= 27,5$$

Standar Deviasi ideal (S_i) = $\frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min})$

$$= \frac{1}{6} (44 - 11)$$

$$= 5,5$$

Penentuan Kategori :

a. Sangat Tinggi = $M_i + 1,5S_i < X \leq M_i + 3S_i$

$$= 27,5 + 1,5(5,5) < X \leq 27,5 + 3(5,5)$$

$$= 35,75 < X \leq 44$$

$$\approx 36 < X \leq 44$$

b. Tinggi = $M_i + 0,5S_i < X \leq M_i + 1,5S_i$

$$= 27,5 + 0,5(5,5) < X \leq 27,5 + 1,5(5,5)$$

$$= 30,25 < X \leq 35,75$$

$$\approx 30 < X \leq 36$$

c. Sedang = $M_i - 0,5S_i < X \leq M_i + 0,5S_i$

$$= 27,5 - 0,5(5,5) < X \leq 27,5 + 0,5(5,5)$$

$$= 24,75 < X \leq 30,25$$

$$\approx 25 < X \leq 30$$

d. Rendah = $M_i - 1,5S_i < X \leq M_i - 0,5S_i$

$$= 27,5 - 1,5(5,5) < X \leq 27,5 - 0,5(5,5)$$

$$= 19,25 < X \leq 24,75$$

$$\approx 19 < X \leq 25$$

e. Sangat Rendah = $M_i - 3S_i < X \leq M_i - 1,5S_i$

$$= 27,5 - 3(5,5) < X \leq 27,5 - 1,5(5,5)$$

$$= 11 < X \leq 19,25$$

$$\approx 11 < X \leq 19$$

3. Persepsi Kebermanfaatan

$$\text{Mean ideal } (M_i) = \frac{1}{2} (X_{\text{max}} + X_{\text{min}})$$

$$= \frac{1}{2} (48 + 12)$$

$$= 30$$

$$\text{Standar Deviasi ideal } (S_i) = \frac{1}{6} (X_{\text{max}} - X_{\text{min}})$$

$$= \frac{1}{6} (80 - 16)$$

$$= 6$$

Penentuan Kategori :

a. Sangat Tinggi = $M_i + 1,5S_i < X \leq M_i + 3S_i$

$$= 30 + 1,5(6) < X \leq 30 + 3(6)$$

$$= 39 < X \leq 48$$

b. Tinggi = $M_i + 0,5S_i < X \leq M_i + 1,5S_i$

$$= 30 + 0,5(6) < X \leq 30 + 1,5(6)$$

$$= 33 < X \leq 39$$

c. Sedang = $Mi - 0,5Si < X \leq Mi + 0,5Si$

$$= 30 - 0,5(6) < X \leq 30 + 0,5(6)$$

$$= 27 < X \leq 33$$

d. Rendah = $Mi - 1,5Si < X \leq Mi - 0,5Si$

$$= 30 - 1,5(6) < X \leq 30 - 0,5(6)$$

$$= 21 < X \leq 27$$

e. Sangat Rendah = $Mi - 3Si < X \leq Mi - 1,5Si$

$$= 30 - 3(6) < X \leq 30 - 1,5(6)$$

$$= 12 < X \leq 21$$

4. Persepsi Risiko

$$\text{Mean ideal (Mi)} = \frac{1}{2} (X \text{ max} + X \text{ min})$$

$$= \frac{1}{2} (32 + 8)$$

$$= 20$$

$$\text{Standar Deviasi ideal (Si)} = \frac{1}{6} (X \text{ max} - X \text{ min})$$

$$= \frac{1}{6} (32 - 8)$$

$$= 4$$

Penentuan Kategori :

a. Sangat Tinggi = $Mi + 1,5Si < X \leq Mi + 3Si$

$$= 20 + 1,5(4) < X \leq 20 + 3(4)$$

$$= 26 < X \leq 32$$

b. Tinggi = $Mi + 0,5Si < X \leq Mi + 1,5Si$

$$= 20 + 0,5(4) < X \leq 20 + 1,5(4)$$

$$= 22 < X \leq 26$$

c. Sedang = $M_i - 0,5S_i < X \leq M_i + 0,5S_i$

$$= 20 - 0,5(4) < X \leq 20 + 0,5(4)$$

$$= 18 < X \leq 22$$

d. Rendah = $M_i - 1,5S_i < X \leq M_i - 0,5S_i$

$$= 20 - 1,5(4) < X \leq 20 - 0,5(4)$$

$$= 14 < X \leq 18$$

e. Sangat Rendah = $M_i - 3S_i < X \leq M_i - 1,5S_i$

$$= 20 - 3(4) < X \leq 20 - 1,5(4)$$

$$= 8 < X \leq 14$$

5. Kepercayaan

$$\text{Mean ideal (Mi)} = \frac{1}{2} (X_{\text{max}} + X_{\text{min}})$$

$$= \frac{1}{2} (24 + 6)$$

$$= 15$$

$$\text{Standar Deviasi ideal (Si)} = \frac{1}{6} (X_{\text{max}} - X_{\text{min}})$$

$$= \frac{1}{6} (24 - 6)$$

$$= 3$$

Penentuan Kategori :

a. Sangat Tinggi = $M_i + 1,5S_i < X \leq M_i + 3S_i$

$$= 15 + 1,5(3) < X \leq 15 + 3(3)$$

$$= 19,5 < X \leq 24$$

$$\approx 20 < X \leq 24$$

b. Tinggi = $M_i + 0,5S_i < X \leq M_i + 1,5S_i$

$$= 15 + 0,5(3) < X \leq 15 + 1,5(3)$$

$$= 16,5 < X \leq 19,5$$

$$\approx 17 < X \leq 20$$

c. Sedang = $M_i - 0,5S_i < X \leq M_i + 0,5S_i$

$$= 15 - 0,5(3) < X \leq 15 + 0,5(3)$$

$$= 13,5 < X \leq 16,5$$

$$\approx 14 < X \leq 17$$

d. Rendah = $M_i - 1,5S_i < X \leq M_i - 0,5S_i$

$$= 15 - 1,5(3) < X \leq 15 - 0,5(3)$$

$$= 10,5 < X \leq 13,5$$

$$\approx 11 < X \leq 14$$

e. Sangat Rendah = $M_i - 3S_i < X \leq M_i - 1,5S_i$

$$= 15 - 3(3) < X \leq 15 - 1,5(3)$$

$$= 6 < X \leq 10,5$$

$$\approx 6 < X \leq 11$$

LAMPIRAN 7. Analisis Diskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	97	18.00	44.00	32.1031	5.10817
X2	97	20.00	48.00	36.3814	6.31375
X3	97	8.00	32.00	18.1959	6.30747
X4	97	12.00	24.00	19.1959	2.97433
Y	97	18.00	36.00	26.8351	4.46206
Valid N (listwise)	97				

Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18	1	1.0	1.0	1.0
19	2	2.1	2.1	3.1
20	4	4.1	4.1	7.2
21	6	6.2	6.2	13.4
22	3	3.1	3.1	16.5
23	2	2.1	2.1	18.6
24	10	10.3	10.3	28.9
25	14	14.4	14.4	43.3
26	11	11.3	11.3	54.6
27	7	7.2	7.2	61.9
28	6	6.2	6.2	68.0
29	6	6.2	6.2	74.2
30	5	5.2	5.2	79.4
31	6	6.2	6.2	85.6
33	4	4.1	4.1	89.7
34	3	3.1	3.1	92.8
36	7	7.2	7.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18	1	1.0	1.0	1.0

22	2	2.1	2.1	3.1
23	1	1.0	1.0	4.1
24	3	3.1	3.1	7.2
26	6	6.2	6.2	13.4
27	5	5.2	5.2	18.6
28	6	6.2	6.2	24.7
29	6	6.2	6.2	30.9
30	6	6.2	6.2	37.1
31	4	4.1	4.1	41.2
32	5	5.2	5.2	46.4
33	19	19.6	19.6	66.0
34	11	11.3	11.3	77.3
35	3	3.1	3.1	80.4
36	3	3.1	3.1	83.5
38	1	1.0	1.0	84.5
39	6	6.2	6.2	90.7
40	4	4.1	4.1	94.8
41	2	2.1	2.1	96.9
44	3	3.1	3.1	100.0
Total	97	100.0	100.0	

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20	1	1.0	1.0	1.0
24	5	5.2	5.2	6.2
26	1	1.0	1.0	7.2
28	4	4.1	4.1	11.3
29	7	7.2	7.2	18.6
30	1	1.0	1.0	19.6
31	2	2.1	2.1	21.6
32	2	2.1	2.1	23.7
34	4	4.1	4.1	27.8
35	7	7.2	7.2	35.1

36	19	19.6	19.6	54.6
37	10	10.3	10.3	64.9
38	3	3.1	3.1	68.0
39	5	5.2	5.2	73.2
40	5	5.2	5.2	78.4
41	3	3.1	3.1	81.4
43	2	2.1	2.1	83.5
44	5	5.2	5.2	88.7
46	4	4.1	4.1	92.8
47	1	1.0	1.0	93.8
48	6	6.2	6.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 8	4	4.1	4.1	4.1
9	4	4.1	4.1	8.2
10	3	3.1	3.1	11.3
11	3	3.1	3.1	14.4
12	4	4.1	4.1	18.6
13	4	4.1	4.1	22.7
14	4	4.1	4.1	26.8
15	9	9.3	9.3	36.1
16	8	8.2	8.2	44.3
17	8	8.2	8.2	52.6
18	4	4.1	4.1	56.7
19	8	8.2	8.2	64.9
20	4	4.1	4.1	69.1
21	6	6.2	6.2	75.3
22	3	3.1	3.1	78.4
23	1	1.0	1.0	79.4
24	4	4.1	4.1	83.5
25	2	2.1	2.1	85.6

26	2	2.1	2.1	87.6
28	3	3.1	3.1	90.7
29	2	2.1	2.1	92.8
30	2	2.1	2.1	94.8
32	5	5.2	5.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12	1	1.0	1.0	1.0
	13	3	3.1	3.1	4.1
	15	3	3.1	3.1	7.2
	16	8	8.2	8.2	15.5
	17	9	9.3	9.3	24.7
	18	28	28.9	28.9	53.6
	19	9	9.3	9.3	62.9
	20	4	4.1	4.1	67.0
	21	5	5.2	5.2	72.2
	22	10	10.3	10.3	82.5
	23	3	3.1	3.1	85.6
	24	14	14.4	14.4	100.0
Total		97	100.0	100.0	

LAMPIRAN 8. HASIL UJI NORMALITAS**Statistics**

		X1	X2	X3	X4	Y
N	Valid	97	97	97	97	97
	Missing	0	0	0	0	0
Kurtosis		.129	-.129	-.312	-.568	-.351
Std. Error of Kurtosis		.485	.485	.485	.485	.485

LAMPIRAN 9. HASIL UJI LINEARITAS

a. Linieritas X1 dengan Y

Report

Y			
X1	Mean	N	Std. Deviation
1.64	2.3300	1	.
2.00	2.0550	2	.07778
2.09	2.2200	1	.
2.18	2.5167	3	.13279
2.36	2.8350	6	.09203
2.45	2.8680	5	.34259
2.55	2.7400	6	.67019
2.64	2.9450	6	.25797
2.73	2.7233	6	.25153
2.82	2.9725	4	.22677
2.91	2.8420	5	.53007
3.00	2.9068	19	.34595
3.09	3.1109	11	.59482
3.18	3.2600	3	.39154
3.27	3.0733	3	.38631
3.45	3.4400	1	.
3.55	3.5733	6	.29527
3.64	3.5000	4	.63713
3.73	3.8350	2	.23335
4.00	3.3700	3	.54836
Total	2.9816	97	.49578

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined) Linearity	10.263	19	.540	3.119	.000
		Deviation from Linearity	8.044	1	8.044	46.454	.000
			2.219	18	.123	.712	.789
	Within Groups		13.333	77	.173		
Total			23.596	96			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Y * X1	.584	.341	.660	.435

b. Linieritas X2 dengan Y

Report

Y			
X2	Mean	N	Std. Deviation
1.67	2.3300	1	.
2.00	2.2660	5	.25716
2.17	2.8900	1	.
2.33	2.2475	4	.10532
2.42	2.8086	7	.55219
2.50	2.6700	1	.
2.58	2.7250	2	.07778
2.67	2.8350	2	.07778
2.83	2.6400	4	.21307
2.92	2.8114	7	.16456
3.00	2.8779	19	.39132
3.08	3.1990	10	.29418
3.17	3.1867	3	.50083
3.25	3.0660	5	.22810
3.33	3.3980	5	.43373
3.42	3.1833	3	.75831
3.58	3.8350	2	.23335
3.67	3.3340	5	.39387
3.83	3.2500	4	.43825
3.92	4.0000	1	.
4.00	3.4250	6	.45812
Total	2.9816	97	.49578

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined) Linearity	12.710	20	.636	4.437	.000
		Deviation from Linearity	9.607	1	9.607	67.071	.000
			3.103	19	.163	1.140	.331
	Within Groups		10.886	76	.143		
Total			23.596	96			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Y * X2	.638	.407	.734	.539

c. Linieritas X3 dengan Y

Report

Y			
X3	Mean	N	Std. Deviation
1.00	3.0000	4	.31113
1.13	3.5275	4	.39025
1.25	3.2600	3	.44911
1.38	3.1467	3	.25403
1.50	3.4725	4	.47500
1.63	2.9725	4	.82815
1.75	3.1100	4	.26944
1.88	3.2211	9	.55575
2.00	2.8775	8	.37731
2.13	2.7088	8	.25267
2.25	2.8625	4	.69423
2.38	2.9300	8	.33483
2.50	2.8875	4	.47063
2.63	3.4067	6	.68137
2.75	2.8533	3	.25403
2.88	2.7800	1	.
3.00	2.7250	4	.14201
3.13	3.1100	2	.46669
3.25	3.5000	2	.24042
3.50	2.5167	3	.34152
3.63	2.3300	2	.15556
3.75	2.5550	2	.31820
4.00	2.4660	5	.30038
Total	2.9816	97	.49578

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X3	Between Groups	(Combined)	9.049	22	.411	2.092	.010
		Linearity	3.371	1	3.371	17.150	.000
		Deviation from Linearity	5.677	21	.270	1.375	.159
	Within Groups		14.548	74	.197		
Total			23.596	96			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Y * X3	-.378	.143	.619	.383

d. Linieritas X4 dengan Y

Report

Y			
X4	Mean	N	Std. Deviation
2.00	2.1100	1	.
2.17	2.1833	3	.06351
2.50	2.6667	3	.29670
2.67	2.5838	8	.34105
2.83	2.6044	9	.28000
3.00	2.8939	28	.38110
3.17	3.1733	9	.52552
3.33	3.4150	4	.45669
3.50	3.2640	5	.06025
3.67	3.1440	10	.46337
3.83	3.0000	3	.39661
4.00	3.4600	14	.41805
Total	2.9816	97	.49578

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X4	Between Groups	(Combined)	10.680	11	.971	6.390	.000
		Linearity	8.747	1	8.747	57.568	.000
		Deviation from Linearity	1.933	10	.193	1.272	.259
	Within Groups		12.916	85	.152		
	Total		23.596	96			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Y * X4	.609	.371	.673	.453

LAMPIRAN 10. UJI MULTIKOLONIERITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.829	.331		2.507	.014		
	X1	.229	.099	.215	2.318	.023	.567	1.762
	X2	.219	.099	.233	2.213	.029	.443	2.257
	X3	-.116	.049	-.185	-2.357	.021	.794	1.259
	X4	.338	.095	.338	3.546	.001	.537	1.861

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 11. UJI HETEROSKEDASTISITAS

Variables Entered/Removed^b

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

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ABS_RES

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.267 ^a	.071	.031	.65472

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

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.025	4	.756	1.764	.143 ^a
	Residual	39.436	92	.429		
	Total	42.462	96			

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

b. Dependent Variable: ABS_RES

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.310	.637		-.486	.628
	X1	.234	.191	.163	1.224	.224
	X2	.036	.191	.029	.189	.851
	X3	-.056	.095	-.066	-.585	.560
	X4	.113	.184	.084	.612	.542

a. Dependent Variable: ABS_RES

LAMPIRAN 12. HASIL REGRESI LINIER SEDERHANA

a. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Variables Entered/Removed^a

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

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.584 ^a	.341	.334	.40461

a. Predictors: (Constant), X1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.044	1	8.044	49.136	.000 ^a
	Residual	15.552	95	.164		
	Total	23.596	96			

a. Predictors: (Constant), X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.164	.262		4.436	.000
	X1	.623	.089	.584	7.010	.000

a. Dependent Variable: Y

b. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Variables Entered/Removed^a

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

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.407	.401	.38373

a. Predictors: (Constant), X2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.607	1	9.607	65.243	.000 ^a
	Residual	13.989	95	.147		
	Total	23.596	96			

a. Predictors: (Constant), X2

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.158	.229		5.053	.000
	X2	.602	.074	.638	8.077	.000

a. Dependent Variable: Y

c. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.378 ^a	.143	.134	.46140

a. Predictors: (Constant), X3

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.371	1	3.371	15.837	.000 ^a
	Residual	20.225	95	.213		
	Total	23.596	96			

a. Predictors: (Constant), X3

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.523	.144		24.482	.000
	X3	-.238	.060	-.378	-3.980	.000

a. Dependent Variable: Y

d. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 ^a	.371	.364	.39535

a. Predictors: (Constant), X4

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.747	1	8.747	55.964	.000 ^a
	Residual	14.849	95	.156		
	Total	23.596	96			

a. Predictors: (Constant), X4

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.033	.264		3.917	.000
	X4	.609	.081	.609	7.481	.000

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 13. HASIL REGRESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed^a

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

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.550	.530	.33975

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

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.976	4	3.244	28.104	.000 ^a
	Residual	10.620	92	.115		
	Total	23.596	96			

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

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.829	.331		2.507	.014
	X1	.229	.099	.215	2.318	.023
	X2	.219	.099	.233	2.213	.029
	X3	-.116	.049	-.185	-2.357	.021
	X4	.338	.095	.338	3.546	.001

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 14. Hasil Perhitungan Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

** Halaman 1

S.P.S. : Seri Program Statistik

Modul : Anareg

Program : Analisis Regresi Umum (Anareg Umum)

Edisi : Sutrisno Hadi dan Yuni Pamardiningsih

Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

Versi IBM/IN; Hak Cipta (c) 1998, Dilindungi

Nama Variabel Bebas X1 : PERSEPSI KEMUDAHAN

Nama Variabel Bebas X2 : PERSEPSI KEBERMANFAATAN

Nama Variabel Bebas X3 : PERSEPSI RISIKO

Nama Variabel Bebas X4 : KEPERCAYAAN

Nama Variabel Terikat Y : MINAT MENGGUNAKAN REKENING PONSEL

Variabel Bebas X1 = Rekaman Nomor : 1

Variabel Bebas X2 = Rekaman Nomor : 2

Variabel Bebas X3 = Rekaman Nomor : 3

Variabel Bebas X4 = Rekaman Nomor : 4

Variabel Terikat Y = Rekaman Nomor : 5

Jumlah Kasus Semula : 97

Jumlah Data Hilang : 0

Jumlah Kasus Jalan : 97

** MATRIKS INTERKORELASI

r	x1	x2	x3	x4	y
x1	1.000	0.591	-0.425	0.451	0.584
p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
x2	0.591	1.000	-0.289	0.665	0.638
p	0.000	0.000	0.004	0.000	0.000
x3	-0.425	-0.289	1.000	-0.102	-0.378
p	0.000	0.004	0.000	0.679	0.000
x4	0.451	0.665	-0.102	1.000	0.609
p	0.000	0.000	0.679	0.000	0.000
y	0.584	0.638	-0.378	0.609	1.000
p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

p = dua-ekor.

** Halaman 2

** KOEFISIEN BETA DAN UJI-t-NYA

X	Beta (b)	Stand. Beta (β)	SB(b)	t	p
0	0.829078	0.000000			
1	0.229456	0.215195	0.099003	2.318	0.021
2	0.219228	0.232532	0.099060	2.213	0.028
3	-0.116358	-0.184939	0.049373	-2.357	0.019
4	0.338486	0.338347	0.095452	3.546	0.001

Galat Baku Est. =	0.340
Korelasi R =	0.742
Koef. Det. (R^2) =	0.550

** TABEL RANGKUMAN ANALISIS REGRESI

Sumber	JK	db	RK	F	p
Regresi	12.977	4	3.244	28.103	0.000
Residu	10.620	92	0.115	--	--
Total	23.597	96	--	--	--

** PERBANDINGAN BOBOT PREDIKTOR

Variabel X	Korelasi Lugas r_{xy}	Korelasi Parsial $r_{xy-sisa\ x}$	Bobot Sumbangan Efektif SE%
1	0.584	0.235	12.565
2	0.638	0.225	14.837
3	-0.378	0.239	6.991
4	0.609	0.347	20.601
Total	--	--	54.993

** PERBANDINGAN BOBOT PREDIKTOR

Variabel X	Korelasi Lugas r xy	Korelasi Parsial rxy-sisa x	Bobot Sumbangan Relatif SR%
1	0.584	0.235	22.848
2	0.638	0.225	26.979
3	-0.378	0.239	12.712
4	0.609	0.347	37.460
Total	--	--	100.000

LAMPIRAN 14. Tabel tTABEL DISTRIBUSI t PADA α 5 %

DF	1 TAIL	2 TAIL	DF	1 TAIL	2 TAIL	DF	1 TAIL	2 TAIL
1	6.3138	12.7062	51	1.6753	2.0076	101	1.6601	1.9837
2	2.9200	4.3027	52	1.6747	2.0066	102	1.6599	1.9835
3	2.3534	3.1824	53	1.6741	2.0057	103	1.6598	1.9833
4	2.1318	2.7764	54	1.6736	2.0049	104	1.6596	1.9830
5	2.0150	2.5706	55	1.6730	2.0040	105	1.6595	1.9828
6	1.9432	2.4469	56	1.6725	2.0032	106	1.6594	1.9826
7	1.8946	2.3646	57	1.6720	2.0025	107	1.6592	1.9824
8	1.8595	2.3060	58	1.6716	2.0017	108	1.6591	1.9822
9	1.8331	2.2622	59	1.6711	2.0010	109	1.6590	1.9820
10	1.8125	2.2281	60	1.6706	2.0003	110	1.6588	1.9818
11	1.7959	2.2010	61	1.6702	1.9996	111	1.6587	1.9816
12	1.7823	2.1788	62	1.6698	1.9990	112	1.6586	1.9814
13	1.7709	2.1604	63	1.6694	1.9983	113	1.6585	1.9812
14	1.7613	2.1448	64	1.6690	1.9977	114	1.6583	1.9810
15	1.7531	2.1314	65	1.6686	1.9971	115	1.6582	1.9808
16	1.7459	2.1199	66	1.6683	1.9966	116	1.6581	1.9806
17	1.7396	2.1098	67	1.6679	1.9960	117	1.6580	1.9804
18	1.7341	2.1009	68	1.6676	1.9955	118	1.6579	1.9803
19	1.7291	2.0930	69	1.6672	1.9949	119	1.6578	1.9801
20	1.7247	2.0860	70	1.6669	1.9944	120	1.6577	1.9799
21	1.7207	2.0796	71	1.6666	1.9939	121	1.6575	1.9798
22	1.7171	2.0739	72	1.6663	1.9935	122	1.6574	1.9796
23	1.7139	2.0687	73	1.6660	1.9930	123	1.6573	1.9794
24	1.7109	2.0639	74	1.6657	1.9925	124	1.6572	1.9793
25	1.7081	2.0595	75	1.6654	1.9921	125	1.6571	1.9791
26	1.7056	2.0555	76	1.6652	1.9917	126	1.6570	1.9790
27	1.7033	2.0518	77	1.6649	1.9913	127	1.6569	1.9788
28	1.7011	2.0484	78	1.6646	1.9908	128	1.6568	1.9787

29	1.6991	2.0452	79	1.6644	1.9905	129	1.6568	1.9785
30	1.6973	2.0423	80	1.6641	1.9901	130	1.6567	1.9784
31	1.6955	2.0395	81	1.6639	1.9897	131	1.6566	1.9782
32	1.6939	2.0369	82	1.6636	1.9893	132	1.6565	1.9781
33	1.6924	2.0345	83	1.6634	1.9890	133	1.6564	1.9780
34	1.6909	2.0322	84	1.6632	1.9886	134	1.6563	1.9778
35	1.6896	2.0301	85	1.6630	1.9883	135	1.6562	1.9777
36	1.6883	2.0281	86	1.6628	1.9879	136	1.6561	1.9776
37	1.6871	2.0262	87	1.6626	1.9876	137	1.6561	1.9774
38	1.6860	2.0244	88	1.6624	1.9873	138	1.6560	1.9773
39	1.6849	2.0227	89	1.6622	1.9870	139	1.6559	1.9772
40	1.6839	2.0211	90	1.6620	1.9867	140	1.6558	1.9771
41	1.6829	2.0195	91	1.6618	1.9864	141	1.6557	1.9769
42	1.6820	2.0181	92	1.6616	1.9861	142	1.6557	1.9768
43	1.6811	2.0167	93	1.6614	1.9858	143	1.6556	1.9767
44	1.6802	2.0154	94	1.6612	1.9855	144	1.6555	1.9766
45	1.6794	2.0141	95	1.6611	1.9853	145	1.6554	1.9765
46	1.6787	2.0129	96	1.6609	1.9850	146	1.6554	1.9763
47	1.6779	2.0117	97	1.6607	1.9847	147	1.6553	1.9762
48	1.6772	2.0106	98	1.6606	1.9845	148	1.6552	1.9761
49	1.6766	2.0096	99	1.6604	1.9842	149	1.6551	1.9760
50	1.6759	2.0086	100	1.6602	1.9840	150	1.6551	1.9759

LAMPIRAN 15. Tabel F

TABEL F PADA α 5%

DF	1	2	3	4	5	6	7	8	9
50	4.0343	3.1826	2.7900	2.5572	2.4004	2.2864	2.1992	2.1299	2.0734
51	4.0304	3.1788	2.7862	2.5534	2.3966	2.2826	2.1953	2.1260	2.0694
52	4.0266	3.1751	2.7826	2.5498	2.3930	2.2789	2.1916	2.1223	2.0656
53	4.0230	3.1716	2.7791	2.5463	2.3894	2.2754	2.1881	2.1187	2.0620
54	4.0195	3.1682	2.7758	2.5429	2.3861	2.2720	2.1846	2.1152	2.0585
55	4.0162	3.1650	2.7725	2.5397	2.3828	2.2687	2.1813	2.1119	2.0552
56	4.0130	3.1619	2.7694	2.5366	2.3797	2.2656	2.1782	2.1087	2.0519
57	4.0099	3.1588	2.7664	2.5336	2.3767	2.2625	2.1751	2.1056	2.0488
58	4.0069	3.1559	2.7636	2.5307	2.3738	2.2596	2.1721	2.1026	2.0458
59	4.0040	3.1531	2.7608	2.5279	2.3710	2.2568	2.1693	2.0997	2.0429
60	4.0012	3.1504	2.7581	2.5252	2.3683	2.2541	2.1665	2.0970	2.0401
61	3.9985	3.1478	2.7555	2.5226	2.3657	2.2514	2.1639	2.0943	2.0374
62	3.9959	3.1453	2.7530	2.5201	2.3631	2.2489	2.1613	2.0917	2.0348

63	3.9934	3.1428	2.7505	2.5177	2.3607	2.2464	2.1588	2.0892	2.0322
64	3.9909	3.1404	2.7482	2.5153	2.3583	2.2440	2.1564	2.0868	2.0298
65	3.9886	3.1381	2.7459	2.5130	2.3560	2.2417	2.1541	2.0844	2.0274
66	3.9863	3.1359	2.7437	2.5108	2.3538	2.2395	2.1518	2.0821	2.0251
67	3.9840	3.1338	2.7416	2.5087	2.3517	2.2373	2.1497	2.0799	2.0229
68	3.9819	3.1317	2.7395	2.5066	2.3496	2.2352	2.1475	2.0778	2.0207
69	3.9798	3.1296	2.7375	2.5046	2.3475	2.2332	2.1455	2.0757	2.0186
70	3.9778	3.1277	2.7355	2.5027	2.3456	2.2312	2.1435	2.0737	2.0166
71	3.9758	3.1258	2.7336	2.5008	2.3437	2.2293	2.1415	2.0717	2.0146
72	3.9739	3.1239	2.7318	2.4989	2.3418	2.2274	2.1397	2.0698	2.0127
73	3.9720	3.1221	2.7300	2.4971	2.3400	2.2256	2.1378	2.0680	2.0108
74	3.9702	3.1203	2.7283	2.4954	2.3383	2.2238	2.1360	2.0662	2.0090
75	3.9685	3.1186	2.7266	2.4937	2.3366	2.2221	2.1343	2.0644	2.0073
76	3.9668	3.1170	2.7249	2.4920	2.3349	2.2204	2.1326	2.0627	2.0055
77	3.9651	3.1154	2.7233	2.4904	2.3333	2.2188	2.1310	2.0611	2.0039
78	3.9635	3.1138	2.7218	2.4889	2.3317	2.2172	2.1294	2.0595	2.0022
79	3.9619	3.1123	2.7203	2.4874	2.3302	2.2157	2.1278	2.0579	2.0007
80	3.9604	3.1108	2.7188	2.4859	2.3287	2.2142	2.1263	2.0564	1.9991
81	3.9589	3.1093	2.7173	2.4844	2.3273	2.2127	2.1248	2.0549	1.9976
82	3.9574	3.1079	2.7159	2.4830	2.3259	2.2113	2.1234	2.0534	1.9961
83	3.9560	3.1065	2.7146	2.4817	2.3245	2.2099	2.1220	2.0520	1.9947
84	3.9546	3.1052	2.7132	2.4803	2.3231	2.2086	2.1206	2.0506	1.9933
85	3.9532	3.1038	2.7119	2.4790	2.3218	2.2072	2.1193	2.0493	1.9919
86	3.9519	3.1026	2.7106	2.4777	2.3205	2.2059	2.1180	2.0480	1.9906
87	3.9506	3.1013	2.7094	2.4765	2.3193	2.2047	2.1167	2.0467	1.9893
88	3.9493	3.1001	2.7082	2.4753	2.3181	2.2034	2.1155	2.0454	1.9880
89	3.9481	3.0989	2.7070	2.4741	2.3169	2.2022	2.1143	2.0442	1.9868
90	3.9469	3.0977	2.7058	2.4729	2.3157	2.2011	2.1131	2.0430	1.9856
91	3.9457	3.0966	2.7047	2.4718	2.3145	2.1999	2.1119	2.0418	1.9844
92	3.9445	3.0954	2.7036	2.4707	2.3134	2.1988	2.1108	2.0407	1.9833

93	3.9434	3.0943	2.7025	2.4696	2.3123	2.1977	2.1097	2.0395	1.9821
94	3.9423	3.0933	2.7014	2.4685	2.3113	2.1966	2.1086	2.0384	1.9810
95	3.9412	3.0922	2.7004	2.4675	2.3102	2.1955	2.1075	2.0374	1.9799
96	3.9402	3.0912	2.6994	2.4665	2.3092	2.1945	2.1065	2.0363	1.9789
97	3.9391	3.0902	2.6984	2.4655	2.3082	2.1935	2.1054	2.0353	1.9778
98	3.9381	3.0892	2.6974	2.4645	2.3072	2.1925	2.1044	2.0343	1.9768
99	3.9371	3.0882	2.6965	2.4636	2.3063	2.1915	2.1035	2.0333	1.9758

$$Df1 = n - k - 1$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

Df untuk menghitung F tabel Uji Linieritas

$$Df = 97 - 1 - 1 = 95$$

Df untuk menghitung F tabel Uji Regresi Linear Berganda

$$Df = 97 - 4 - 1 = 92$$