

ANALISIS KARAKTERISTIK INDIVIDU DAN PRILAKU PENGGUNA *INTERNET BANKING*: RELIABILITAS DAN VALIDITAS INSTRUMEN PENGUKURAN

Ashur Harmadi dan Budi Hermana

Magister Manajemen, Universitas Gunadarma

Jl. Margonda Raya No. 100 Depok

Abstrak

Analisis proses adopsi teknologi informasi banyak menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang terdiri dari 3 variabel utama, yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, serta keinginan dan atau intensitas penggunaan teknologi. Penelitian *cross-sectional* ini mengkaji proses adopsi internet banking pada sebuah bank Swasta nasional. Subyek penelitiannya adalah 30 orang pengguna yang dipilih dengan metode *snowball sampling*. Hasil Uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reliable* hanya untuk variabel persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, sedangkan variabel keinginan mengadopsi menunjukkan reliabilitas yang rendah Hasil uji *construct validity* menunjukkan bahwa instrumen pengukuran untuk variabel persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan menunjukkan validitas yang tinggi. Hasil analisis *independent t test* menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak dipengaruhi oleh jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan bidang pendidikan. Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa hanya persepsi manfaat yang dipengaruhi oleh lama waktu adopsi, dan kisaran nilai transaksi melalui internet banking. Persepsi manfaat menunjukkan korelasi kuat positif dengan persepsi kemudahan penggunaan dan kisaran nilai transaksi. Sedangkan frekuensi penggunaan internet banking menunjukkan korelasi yang lemah dengan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan.

Kata Kunci: TAM, *perceived usefulness*, *perceived easy of use*, internet banking

1. Pendahuluan

Kondisi teknologi informasi di Indonesia sendiri relatif tertinggal dibandingkan dengan negara lain. Ketertinggalan teknologi itu sendiri bisa dilihat dari ketersediaan infrastruktur teknologi informasi, jumlah komputer yang dimiliki perusahaan, atau akses internet. UNCTAD-PBB (2003) membuat indeks pengembangan ICT yang diukur berdasarkan 4 dimensi yaitu keterhubungan, akses, kebijakan (*policy*), dan difusi. Nilai indeks tersebut berkisar dari 0 (terendah) sampai 1 (tertinggi). Nilai indeks ICT untuk Indonesia untuk keempat dimensi tersebut berturut-turut adalah 0.0211, 0.4592, 0.5000, dan 0.2401. Berdasarkan nilai indeks difusi ICT, Indonesia menduduki urutan ke 77 dari 171 negara (1).

World Bank (2002) melaporkan profil *information and communication technology (ICT)* di Indonesia, yaitu rasio jumlah penduduk terhadap jumlah komputer 9.9 per 1000 penduduk, sambungan telepon 91 per 1000 penduduk, jumlah internet host 0.8 per 10 000 penduduk dengan pengguna internet sebanyak 2 juta orang. Investasi dibidang ICT tercatat sebesar US\$ 3,54 Milyar atau 2.2 persen terhadap PDB dengan ICT per kapita sebesar US\$ 16.6. World Bank menyebutkan bahwa internet belum dimanfaatkan dengan baik oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia (2). Apakah ketertinggalan penerapan ICT tersebut juga berlaku di sektor perbankan?

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di perbankan nasional relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Berbagai jenis teknologinya diantaranya meliputi *Automated Teller*

Machine, *Banking Application System*, *Real Time Gross Settlement System*, Sistem Kliring Elektronik, dan *internet banking*. Sampai tahun 2001, tercatat sebanyak 6848 buah ATM, walaupun 88.41% diantaranya dimiliki oleh 10 bank besar. Khusus untuk *internet banking*, Bank Indonesia (2001) melaporkan baru 6 buah bank yang sudah menerapkannya, dengan jumlah pengguna sebanyak 147.500 orang (2).

Dilihat dari statistik penggunaan *internet banking* di atas, memang masih relatif kecil jumlah bank dan pengguna yang sudah menggunakan *internet banking*. Kondisi tersebut tentunya mengundang berbagai pertanyaan. Apakah *internet banking* kurang diminati oleh bank dan para nasabah? Apakah *internet banking* relatif sulit digunakan atau kurang bermanfaat bagi pihak bank atau nasabah? Atau kondisi tersebut lebih disebabkan *internet banking* merupakan jenis teknologi yang relatif baru berkembang sehingga masih dalam tahap pengenalan? Penelitian ini berusaha untuk menjawab beberapa pertanyaan tersebut, yang akan lebih dititikberatkan pada analisis terhadap karakteristik nasabah yang sudah memutuskan untuk menggunakan internet banking, serta bagaimana perilaku penggunaannya.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model penelitian yang paling luas digunakan untuk meneliti adopsi teknologi informasi. Ukuran keberhasilan adopsi teknologi informasi dalam penelitian ini akan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang meliputi konsep kemudahan penggunaan (*easy of use*), manfaat (*usefulness*) dan keinginan untuk

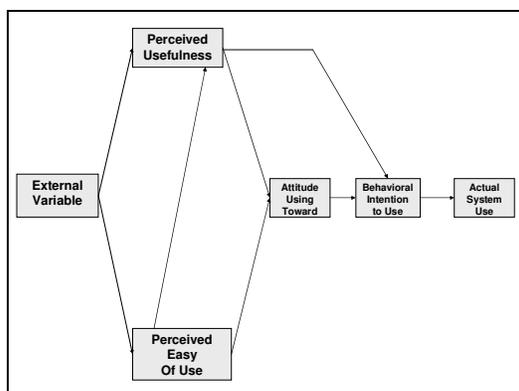
menggunakan *internet banking* yang diukur berdasarkan persepsi pengguna akhir.

Ruang lingkup penelitian dibatasi pada pengujian reliabilitas dan validitas instrument penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel TAM. Selain itu, teknik analisis belum menerapkan teknik analisis regresi seperti yang diterapkan pada analisis model struktural TAM, dengan pertimbangan jumlah sample yang tidak mencukupi serta masih tergantung pada hasil uji reliabilitas terhadap instrumen penelitiannya.

Tujuan utama penelitian ini (1) adalah mengukur reliabilitas dan validitas instrumen pengukuran (2) menjelaskan profil pengguna akhir internet banking, dan (3) menjelaskan hubungan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan internet banking dengan karakteristik individu dan intensitas penggunaannya.

2. Kerangka Pemikiran dan Landasan Teori

Model TAM terdiri dari 3 buah konsep yang saling berkaitan yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*)-selanjutnya disingkat PEOU, persepsi manfaat (*perceived usefulness*)-selanjutnya disingkat PU, dan keinginan mengadopsi teknologi (*intention to adopt*, disingkat ITI). TAM pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989 (7). Model structural TAM bisa dilihat pada Gambar 2.1 berikut:



Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model*

Variabel eksternal adalah variabel diluar variable TAM awal yang telah dikemukakan oleh Fred D Davis. Penambahan berbagai variabel eksternal ini sesuai dengan perkembangan kronologis penelitian TAM untuk periode perluasan model. Variabel eksternal tersebut sebagian besar merupakan variable eksogen yang akan mempengaruhi penggunaan teknologi informasi melalui variable moderating PEOU dan PU.

Hasil meta analisis yang dilakukan penulis menyimpulkan bahwa lima kelompok variable eksternal yang paling banyak diteliti berturut-turut adalah (1) pengaruh/factor social, (2) organisasi/kondisi yang mendukung, (3)

ketrampilan/pengalaman pengguna sebelumnya, (4) *self-efficacy*, dan (5) kesesuaian teknologi dengan kebutuhan individu atau usaha.

Lee *etall* (2003) menjelaskan bahwa dalam kurun waktu 18 tahun terakhir TAM merupakan model yang populer dan banyak digunakan dalam berbagai penelitian mengenai proses adopsi teknologi informasi. Jenis system informasi yang paling banyak diteliti adalah system komunikasi dan internet (12). Gefen (2000) menyatakan bahwa peranan PEOU sebenarnya lebih kompleks dimana PEOU mengukur penilaian kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*) dan *easy of learning* dari pengguna teknologi informasi (10). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa PEOU mempengaruhi PU dan ITI. Gefen (1997) menyatakan bahwa jenis kelamin berpengaruh terhadap manfaat dan kemudahan tetapi jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan (11).

Menurut Claessens *etall* (2002), penerapan teknologi modern pada layanan keuangan dan bank semakin meningkat di negara-negara berkembang, tetapi salah satu persoalan yang dihadapi, selain masalah infrastruktur telekomunikasi, adalah berkaitan dengan profil penggunanya yaitu distribusi pendapatan, tingkat pendidikan, ketrampilan teknis, dan masalah demografi (5).

Internet banking merupakan bagian dari *electronic banking* atau disingkat *E-Banking*. FFIEC (2003) mendefinisikan E-banking sebagai Pengiriman produk dan jasa perbankan secara otomatis dan langsung ke nasabah melalui saluran komunikasi elektronik dan interaktif. E-banking mencakup system yang memungkinkan nasabah lembaga keuangan, baik individu maupun perusahaan, untuk mengakses rekening, transaksi bisnis, atau memperoleh informasi mengenai produk dan jasa keuangan melalui jaringan umum atau khusus, termasuk internet. Menurut OCC (1999), Internet banking adalah sistem yang memungkinkan nasabah bank mengakses rekening dan informasi umum mengenai produk dan jasa bank melalui personnel computer (PC) atau peralatan pintar lainnya (4).

Chan (2004) meneliti penerimaan internet banking oleh pengguna akhir dengan variabel meliputi norma subyektif, demonstrasi hasil, persepsi resiko, *computer self efficacy*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan keinginan untuk menggunakan internet banking. Hasil penelitiannya, diantaranya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi persepsi manfaat. Keinginan menggunakan internet banking dipengaruhi oleh persepsi manfaat, tetapi tidak dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (6).

Salah satu tahap penelitian yang paling penting adalah perancangan instrumen pengukuran yang dilengkapi dengan uji reliabilitas dan

validitasnya. Cronbach's α : merupakan ukuran yang umum digunakan untuk mengukur reliabilitas dari sekumpulan indikator dari 2 atau lebih variable. Menurut Straub etall (2004), Nilai *cronbach alpha* berkisar antara 0 dan 1 dimana nilai alpha yang tinggi menunjukkan reliabilitas yang tinggi diantara indikator-indikator tersebut (14). Nilai alpha lebih besar atau sama dengan 0.80 bisa diterima pada sebagian besar penerapan di ilmu sosial. Sedangkan Morris (1997) di dalam Zettel (2001) menyatakan bahwa untuk penelitan perilaku (dalam hal ini perilaku pengguna teknologi informasi), para peneliti secara umum bisa menerima Cronbach's alpha jika lebih besar atau sama dengan 0.60 (15). Tercatat 50% publikasi penelitian yang dievaluasi oleh penulis menyebutkan secara eksplisit penggunaan *cronbach alpha* untuk uji reliabilitas instrumen.

Boudreau *etall* (2004) menyatakan bahwa *construct validity* merupakan salah satu tipe validitas yang menitikberatkan pada derajat yang menunjukkan suatu instrumen penelitian adalah ukuran yang efektif dari sebuah konstruk atau variable teoritis (14). Emory (1991) menyebutkan beberapa metoda yang bisa digunakan untuk mengukur *construct validity* yaitu pertimbangan, korelasi antara data penelitian dengan metode pengukuran yang sudah ada, teknik diskriminan-konvergen, analisis faktor, dan analisis *multitrait-multimethod* (9). Pendekatan yang paling banyak digunakan untuk analisis faktor adalah *principal component analysis* (PCA) Dalam penelitian ini akan menggunakan PCA untuk analisis faktornya. Menurut Boudreau *etall* (2004), analisis faktor merupakan pendekatan statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis saling keterkaitan diantara sejumlah variabel serta untuk menjelaskan variabel-variabel tersebut terkait dengan dimensi atau faktor yang mendasarinya (14).

Segars (1993) menyatakan bahwa analisis faktor sangat bermanfaat untuk mengetahui sumber potensial yang menimbulkan keragaman dan *covariance* dari suatu hasil pengukuran (13). Skala yang diukur dengan baik akan menunjukkan *factor loading* yang tinggi atau disebut konvergen terhadap sebuah faktor laten yang tersusun dari beberapa indikator. Menurut Emory (1991), *factor loading* adalah nilai koefisien korelasi antara variabel (indicator atau item pertanyaan) dengan setiap faktor yang diekstraksi (9).

3. Metodologi

Subyek penelitian ini adalah nasabah sebuah bank yang sudah menggunakan internet banking dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 30 orang. Pemilihan responden menggunakan *snow ball sampling* karena kesulitan memperoleh kerangka *sampling* yang sesungguhnya. Hal ini dikarenakan daftar pengguna *internet banking* sangat sulit diperoleh dari pihak bank.

Instumen pengukuran yang digunakan berupa kuisioner yang diadaptasi dari beberapa penelitian yang menggunakan *technology acceptance model*, yang lebih dikhususkan pada 2 variabel utama yaitu kemudahan penggunaan (PEOU) dan manfaat (PU), dan *intended to inquiry* (ITI). Dalam penelitian ini, variabel ITI dimodifikasi menjadi keinginan menggunakan *internet banking* berdasarkan fitur-fitur *internet banking* yang ditawarkan. Sedangkan intensitas penggunaan *internet banking* menggunakan 2 ukuran yaitu frekuensi penggunaan dan kisaran nilai transaksi melalui *internet banking*.

Pengukuran variabel PEOU, PU, dan ITI menggunakan *Likert Summated Rating* dengan 5 kisaran skala mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Jumlah butir pertanyaannya adalah PEOU sebanyak 5 butir, PU sebanyak 3 butir, dan ITI sebanyak 5 butir. Selain 3 variabel tersebut, peneliti juga menggunakan beberapa atribut individu yang meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, bidang pendidikan, dan lama menggunakan *internet banking*. Serta 2 ukuran penggunaan *internet banking* yaitu frekuensi penggunaan dan nilai transaksi per bulan melalui internet banking, yang pengukuran variabelnya bersifat *self reported*. Rincian butir pertanyaan tersebut selengkapnya bisa dilihat pada Tabel 3.1. berikut.

Tabel 3.1. Daftar butir pertanyaan

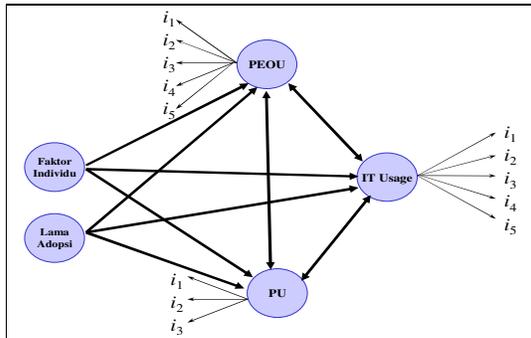
No.	Butir-Butir Instrumen Pengukuran
Persepsi Kemudahan	
1.	Kemudahan registasi
2.	Kemudahan penggunaan internet banking
3.	Menu internet banking seperti menu ATM
4.	Menu-menu mudah dipahami
5.	Pelayanan 24 jam
Persepsi manfaat	
1.	Manfaat terhadap pekerjaan
2.	Meningkatkan efisiensi waktu
3.	Manfaat terhadap transaksi
Fitur Layanan	
1.	Pulsa kartu Prabayar
2.	Membayar tagihan
3.	Informasi kurs
4.	Transfer uang
5.	Fasilitas keamanan

Pengujian instrumen pengukuran dilakukan dengan *cronbach alpha* sedangkan uji *construct validity* dengan *principal component analysis*. Cronbach's alpha (α) merupakan fungsi dari jumlah item dan korelasi diantara item tersebut Sedangkan *construct validity* menggunakan analisis factor.

Independent sample t test digunakan untuk melihat perbedaan nilai 3 variabel pada model struktural (persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan keinginan untuk mengadopsi) karena perbedaan karakteristik pengguna internet

banking. Variabel independenya adalah jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan bidang pendidikan.

Model penelitian yang akan digunakan yang bisa menunjukkan berbagai penelitian dan bentuk hubungan antar variabelnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut.



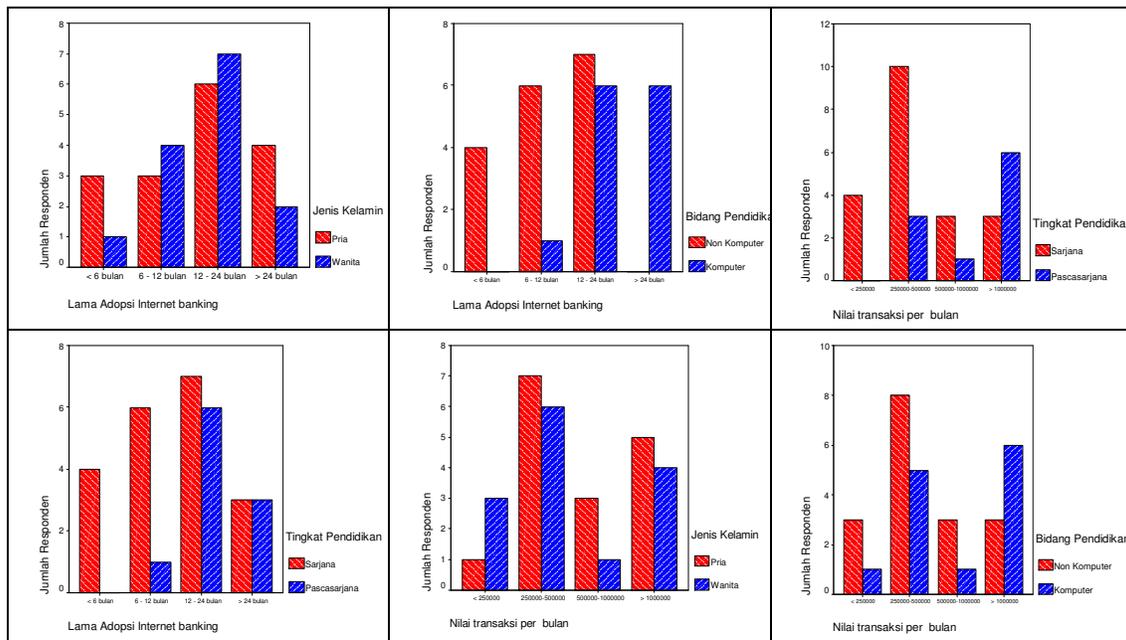
Gambar 3.1. Model Penelitian

Variabel eksternal yang akan dilihat pengaruhnya terhadap 3 variabel TAM adalah karakteristik individu yang meliputi jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan bidang pendidikan, serta

lama adopsi internet banking. Khusus untuk pengaruh lama adopsi internet banking yang terdiri dari 4 kisaran waktu, akan menggunakan ANOVA. Pada gambar tersebut Hubungan PEOU, PU, frekuensi penggunaan, dan kisaran nilai transaksi ditunjukkan dengan garis dengan dua anak panah. Hubungan tersebut akan dianalisis dengan matriks korelasi.

4. Hasil dan Pembahasan

Jumlah responden sebanyak 30 orang terdiri dari 14 orang wanita dan 16 orang pria; 20 orang pendidikan sarjana dan 10 orang pascasarjana; serta 17 orang belatar belakang pendidikan non-komputer dan 13 orang bidang komputer. Usia responden antara 24 sampai 36 tahun dengan rata-rata 27.5 tahun. Distribusi waktu keanggotaan internet banking adalah 13.3% kurang dari 6 bulan, 23.3% antara 6 sampai 1 tahun, 43.3% sampai 2 tahun, dan 20% lebih dari 2 tahun. Beberapa klasifikasi silang untuk menggambarkan lama adopsi, frekuensi penggunaan, dan nilai transaksi rata-rata per bulan berdasarkan atribut individu dapat dilihat berturut-turut pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1. Karakteristik sampel penelitian

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* untuk ketiga variabel utama penelitian adalah berturut-turut adalah 0.8190 untuk PEOU, 0.8381 untuk PU, dan 0.5038 untuk ITI. Berdasarkan hasil uji tersebut maka instrumen pengukuran untuk variabel PEOU dan PU adalah reliabel, sedangkan untuk variabel ITI mempunyai reliabilitas yang rendah. Dengan demikian, variabel ITI tidak akan dibahas lebih lanjut Hasil

selengkapnya nilai *cronbach alpha* dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1. Hasil uji reliabilitas

No	Butir	Cronbach alpha	Faktor Loading
1.	PEOU1	0.8063	0.7031
2.	PEOU2	0.7377	0.8685
3.	PEOU3	0.7946	0.7497
4.	PEOU4	0.7400	0.8563
5.	PEOU5	0.8253	0.6407
6.	PU1	0.7622	0.8856
7.	PU2	0.7769	0.8730
8.	PU3	0.7839	0.8623
9.	ITI1	0.6970	-
10.	ITI2	0.3557	-
11.	ITI3	0.3897	-
12.	ITI4	0.3114	-
13.	ITI5	0.4862	-

Hasil uji *construct validity* dengan menggunakan analisis faktor dapat dilihat pada tabel 4.1 di atas. Berdasarkan hasil analisis faktor tersebut maka variabel PEOU dan PU mempunyai validitas konstruk yang tinggi karena hasil ekstraksinya menunjukkan kedua variabel tersebut mengelompok dalam satu faktor. Berdasarkan hasil uji tersebut maka hanya kedua variabel tersebut yang akan dianalisis lebih lanjut, yaitu untuk melihat pengaruh karakteristik individu terhadap kedua variabel tersebut.

Walaupun analisis deskriptif menunjukkan bahwa jenis kelamin wanita, tingkat pendidikan pascasarjana, dan bidang pendidikan komputer menunjukkan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan yang lebih tinggi dibandingkan pria, sarjana, dan pendidikan non-komputer, tetapi hasil *independent t test* menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak signifikan mempengaruhi persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan *internet banking*.

Sedangkan berdasarkan uji ANOVA, lama waktu adopsi internet banking mempengaruhi persepsi manfaat, tetapi tidak mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh pengaruh frekuensi penggunaan dan nilai rata-rata transaksi terhadap persepsi manfaat dan kemudahan, yaitu hanya berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat saja. Hasil uji ANOVA selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.2 sampai 4.4.

Tabel 4.2. Pengaruh lama adopsi

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTPEOU	.804	3	.268	2.835	.058
Between Groups					
Within Groups	2.456	26	.094		
Total	3.260	29			
TOTPU	2.968	3	.989	6.530	.002
Between Groups					
Within Groups	3.939	26	.152		
Total	6.907	29			

Tabel 4.3. Pengaruh Jumlah nominal transaksi

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTPEOU	.621	3	.207	2.040	.133
Between Groups					
Within Groups	2.639	26	.101		
Total	3.260	29			
TOTPU	2.512	3	.837	4.952	.008
Between Groups					
Within Groups	4.396	26	.169		
Total	6.907	29			

Tabel 4.4. Pengaruh Frekuensi Penggunaan

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTPEOU	.464	3	.155	1.437	.255
Between Groups					
Within Groups	2.796	26	.108		
Total	3.260	29			
TOTPU	2.107	3	.702	3.805	.022
Between Groups					
Within Groups	4.800	26	.185		
Total	6.907	29			

Penelitian ini memang belum sepenuhnya mengacu kepada analisis model TAM, yang justru melihat variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai variabel *predictor* terhadap ITI dan penggunaan aktual. Hal ini disebabkan penelitian ini lebih difokuskan pada uji reliabilitas dan validitas instrumen pengukurannya. Selain itu, analisis model TAM dengan menggunakan teknik regresi membutuhkan data penelitian yang lebih banyak. Walaupun demikian, penelitian ini tetap akan melihat hubungan antara PEOU, PU, dan penggunaan aktual yaitu dengan menggunakan matriks korelasi, yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5. Matriks Korelasi

Correlations					
	Frekuensi penggunaan per bulan	Nilai transaksi per bulan	TOTPEOU	TOTPU	
Frekuensi penggunaan per bulan	1	.320	.351	.415*	
Pearson Correlation					
Sig. (2-tailed)		.085	.057	.023	
N	30	30	30	30	
Nilai transaksi per bulan	.320	1	.423*	.528*	
Pearson Correlation					
Sig. (2-tailed)	.085		.020	.003	
N	30	30	30	30	
TOTPEOU	.351	.423*	1	.583*	
Pearson Correlation					
Sig. (2-tailed)	.057	.020		.001	
N	30	30	30	30	
TOTPU	.415*	.528*	.583*	1	
Pearson Correlation					
Sig. (2-tailed)	.023	.003	.001		
N	30	30	30	30	

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

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

Matriks korelasi tersebut menunjukkan bahwa ada korelasi kuat positif antara persepsi manfaat dengan persepsi kemudahan penggunaan internet banking. Selain itu, persepsi manfaat berkorelasi kuat positif dengan kisaran nominal transaksi melalui internet banking. Sedangkan frekuensi penggunaan internet banking menunjukkan hubungan yang lemah dengan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan internet banking.

5. Kesimpulan dan Saran

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa dari ketiga variabel PEOU, PU, dan ITI, hanya variabel PEOU dan ITI yang menunjukkan reliabilitas instrumen yang tinggi. Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan adalah valid untuk mengukur PEOU dan PU.

Penggunaan internet banking pada wanita, pascasarjana, dan bidang pendidikan komputer menunjukkan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan yang lebih tinggi dibandingkan pria, sarjana, dan bidang pendidikan non-komputer. Tetapi perbedaan tersebut relative tidak signifikan jika menggunakan uji t. Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa persepsi manfaat dipengaruhi oleh lama waktu adopsi, frekuensi penggunaan, dan kisaran nilai transaksi melalui internet banking. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan tidak dipengaruhi oleh ketiga variabel independen tersebut.

Daftar Pustaka

- [1] Anonim. "Information And Communication Technology Development Indices". UNCTAD-UN, New York, 2003.
- [2] Anonim. "Progress Report Of Indonesia-Financial Working Group". 19th Afact Meeting In Jakarta, Indonesia. FWG-AFACT, 2001.
- [3] Anonim. "Information and Communication Technology at a Glance: Indonesia". Worldbank, 2002.
- [4] Anonim. "Internet Banking: Comptroller's Handbook". Comptroller of the Currency Administrator of National Banks, 1999.
- [5] Claessens, Stijn; Thomas Glaessner; and Daniela Klingebiel. "Electronic finance: Reshaping the financial landscape around the world". *Journal of Financial Services Research*; Aug/Oct 2002; 22, 1,2; ABI/INFORM Global, pg. 29.
- [6] Chan, Siu-Cheung dan Ming-te Lu. "Understanding Internet Banking Adoption and Use Behavior: A Hong Kong Perspective", *Journal of Global Information Management*; Jul-Sep 2004; 12, 3; ABI/INFORM Global, pg. 21.
- [7] Davis, Fred D, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*; 13, 3; pg. 319, 1989.
- [8] Davis, Fred D, Bagozzi, Richard P., and Warshaw, Paul R. "User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Model", *Management Science*; Aug 1989; 35, 8; ABI/INFORM Global, pg. 982.
- [9] Emory, C. William and Donald R. Cooper. "Business Research Methods". Richard D Irwin, Inc, 1991.
- [10] Gefen, David and Detmar Straub. "The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption". *Journal of The Association for Information System: Volume 1, Article 8*, Oktober 2000.
- [11] Gefen, David and Detmar W Straub, "Gender differences in the perception and use of E-mail: An extension to the technology acceptance model", *MIS Quarterly*; 21, 4; ABI/INFORM Global, pg. 389, December 1997.
- [12] Lee, Younghwa, Kenneth A. Kozar, and Kai R.T.Larsen, "The Technology Acceptance Model: Past, Present, and Future". *Communication of The Association for Information System*, 12, 50, hal 752-780, 2003.
- [13] Segars, Albert H and Grover, Varun. "Re-examining perceived ease of use and usefulness: A confirmatory factor analysis". *MIS Quarterly*; Dec 1993; 17, 4; ABI/INFORM Global pg. 517.
- [14] Straub, Detmar; Marie-Claude Boudreau, and David Gefen. "Validation Guidelines For Is Positivist Research". *Communications of the Association for Information Systems (Volume 13, 2004)*380-427.
- [15] Zettel, Jorge. "Methodological Constraints, Critics, and Technology Acceptance: An Experiment", IESE-Report No. 074.01/E, Fraunhofer IESE, 2001