

**PENGUJIAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* TERHADAP SIKAP
ADOPSI INTERNET *BANKING* DI UNIVERSITAS LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

MELIN CANDRA PUSPITA



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2016

**PENGUJIAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* TERHADAP SIKAP
ADOPSI INTERNET *BANKING* DI UNIVERSITAS LAMPUNG**

**OLEH
MELIN CANDRA PUSPITA**

ABSTRAK

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

Kata Kunci: Internet *banking*, *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, sikap adopsi internet *banking*

**EXAMINATION OF TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL ON
ATTITUDE TOWARD INTERNET BANKING ADOPTION IN UNIVERSITY
OF LAMPUNG**

**BY
MELIN CANDRA PUSPITA**

ABSTRACT

This research intends to Examine the role of Technology Acceptance Model (TAM) on attitude towards internet banking adoption in University of Lampung . The data used are primary data using questionnaires. For statistical tools and data analyzed by using Partial Least Square (smartPLS 2.0). This research is using explanatory research design with quantitative method. The population in this research is adopters of internet banking services in University of Lampung. and in this research the amount of samples are 100 respondent. The results of this research show: (1) perceived ease of use significantly influence on perceived usefulness; (2) perceived usefulness significantly influence on attitude toward internet banking adoption, (3) perceived Ease of Use significantly influence on attitude toward internet banking adoption. Final concluding remark of the research is the attitude toward internet banking adoption was explainable using technology acceptance model (TAM).

Key words: *internet banking, Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, attitude toward internet banking adoption*

**PENGUJIAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*
TERHADAP SIKAP ADOPTSI INTERNET *BANKING*
DI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Oleh

Melin Candra Puspita

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS

Pada

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

Judul Skripsi : **PENGUJIAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* TERHADAP SIKAP ADOPTSI INTERNET *BANKING* DI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Melin Candra Puspita**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1216051068**

Jurusan : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

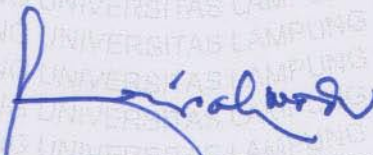
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Dr. Baroroh Lestari, S.Sos., M.A.B.
NIP 19800628 200501 2 002

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis



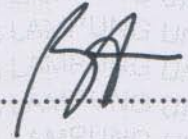
Ahmad Rifai, S.Sos., M.Si.
NIP 19750204 200012 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

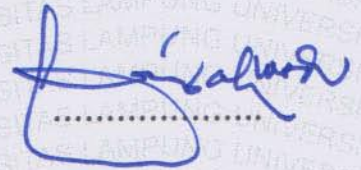
Ketua

: Dr. Baroroh Lestari, S.Sos., M.A.B.



Penguji Utama

: Ahmad Rifai, S.Sos., M.Si.

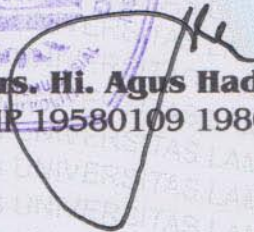


2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Drs. Hi. Agus Hadiawan, M.Si.

NIP 19580109 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Maret 2016

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi / Laporan akhir ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana / Ahli Madya), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini,serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan Tinggi.

Bandar Lampung, 14 Maret 2016
Yang membuat pernyataan,



Melin Candra Puspita
NPM. 1216051068

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan pada 20 Maret 1994 di Bandar Lampung sebagai anak pertama dari tiga bersaudara, merupakan anak dari pasangan Ayah Hardiansyah dan Bunda Sudarsih.

Pendidikan Penulis dimulai pada tahun 1999 di TK Amalia Bandar Lampung. Pada tahun 2000, Penulis melanjutkan pendidikan di sekolah swasta SD Al-Azhar I Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2006, setelah itu Penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah pada tahun 2006 di SMP Negeri 29 Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2009, kemudian dilanjutkan di SMA YP UNILA Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2012.

Setelah melewati pendidikan menengah, pada tahun 2012, Penulis melanjutkan pendidikan tingginya pada program studi strata 1 (satu) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lampung. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif bergabung dalam organisasi kepemimpinan internasional AIESEC (*Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales*). Penulis juga telah membangun sebuah komunitas UKM-F *Social Political English Club* (SPEC) dengan beberapa teman lainnya pada tahun 2014. Pada tahun 2015, Penulis pernah mengikuti Program Kegiatan Mahasiswa pada tahun 2012, selain itu Penulis juga mengikuti Program wajib Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Jaya Makmur, Kecamatan Banjar Baru, Tulang Bawang.

Kini dengan penuh perjuangan, kerja keras, dan proses pembelajaran yang tiada henti, akhirnya Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan serta permulaan bagi penelitian selanjutnya.

MOTTO:

“Do your Best, and Allah S.W.T will do the Rest”

~Unknown

*“You might fall seven, eight, nine. But you can stand up
seven more times”*

~MelinCandra P.

*"life starts when you dare to stand out from your comfort
zone."*

~MelinCandra P.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Seberkas karya kecilku ini kupersembahkan kepada:

Kedua orang tuaku yang telah melakukan segala yang terbaik untuk membahagiakanku, Ayah Hardiansyah dan Bunda Sudarsih. Rasa cintaku tak dapat terucapkan oleh kata apapun.

Serta untuk kedua adikku, Rentiwa Dwi Lestari dan Tri Evita Yani yang telah memberikan Semangat, keceriaan, dan dukungan kepadaku dengan ketulusan, serta seluruh keluarga yang melengkapi. Do'a kalian adalah semangat saya.

Para guru dan dosenku yang telah mengantarkanku hingga sekarang dengan bimbingan dan ilmu yang diberikan.

Almamater tercinta, Universitas Lampung.

SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengujian *Technology Acceptance Model* terhadap Sikap Adopsi Internet *Banking* di Universitas Lampung**". Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Lampung.

Selama penulisan skripsi ini Penulis menyadari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga Penulis membutuhkan bantuan dari berbagai pihak, baik keluarga, dosen, maupun teman-teman. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, Penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. ALLAH SWT Yang selalu memberikan yang terbaik bagi penulis, serta Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi petunjuk dan pemimpin di jalan yang lurus.
2. Semangat hidup ku, Ayah dan Ibunda ku (Hardiansyah dan Sudarsih) yang selalu mendidik ku untuk menjadi manusia yang terbaik dan mendoakan ku dengan sempurna hingga detik ini dan sampai kapan pun. Terimakasih telah melahirkanku di keluarga yang hangat dan penuh kasih sayang. Terimakasih

sudah menjadi Pria dan Wanita yang hebat, tidak ada yang lebih baik di dunia ini selain ayah dan ibunda sebagai hadiah dari Allah S.W.T.

3. Kedua adikku Rentiwa dwi lestari dan Tri evita yani, terimakasih telah menjadi kedua adik yang manis dan memotivasiku untuk menjadi seorang kakak yang bisa diandalkan.
4. Bapak Drs. Hi. Agus Hadiawan, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Drs. A. Effendi, M.M, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Prof. Dr. Yulianto, M.S, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
7. Bapak Drs. Pairulsyah, M.H, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
8. Bapak Ahmad Rifai, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
9. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Adminstrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
10. Ibu Dr. Baroroh Lestari, S.Sos, M.A.B. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan pengarahan, dan saran kepada Penulis, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas keikhlasan dan kesabaran yang tak terlupakan.
11. Bapak Ahmad Rifai, S.Sos., M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat membantu Penulis dalam perbaikan skripsi ini.

12. Bapak Deddy Aprillany, S.A.N., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bantuan dalam masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
13. Ibu Mertayana selaku Staf Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lampung yang telah banyak membantu Penulis baik dalam perkuliahan maupun penyelesaian skripsi ini.
14. Seluruh Dosen dan Staf Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lampung, terimakasih atas segala ilmu yang selama ini telah diberikan kepada penulis.
15. *My Dearest Partner Abdelhafeez Ali. THANKS for every single things that you've done to motivate me to be a better person, thanks for showing me so much beautiful things in this world, for always comfort me and keep me strong and always there to give me hand anytime I need it.*
16. Geng Kece ku. Devi Julia Rehata, Ruzmalyda Annastusi Zhulwitra (Nasti), Nadia Ardianesha, Ririn Meylani, Linda Wati, Cindy Claudia Nelson, Muhammad Antony Ibrahim. Terima kasih sudah menjadi sahabat terbaik di seumur hidupku yang selalu tulus dan mencintaiku apa adanya.
17. *My lovely-baby-girl Chitra Clara Mianti, thanks for the best hospitality and experiences. So lucky to found you in this world. We always share the same dream and I believe One day we will make our dream come true.*
18. Untuk Noni trinanda yulandari, Siti alvina Octavia, dan Riski rahmawati. *We already together since we're 13 and I love it so much because until now we still keep in touch. Love.*
19. Anak-anak Alay Citra Veronisa, Riska Devita Jaya, Fidyanta Malanov, Mutiari Puti Andini, Fitriya Purwaningsih. Terimakasih ya *girls* karena selalu

mengingat dan memotivasi ku. *I will never forget you and our moments.*
(no peres) *Keep beauty and awesome, girls.*

20. SPEC Members Khususnya Team Leader first generation Josua, Risyah, Puspa, Bona, Citra, Armand, Bakso, Akbar, Muti, Sabrina, Febria, Afi, Wendi, Nabila, Dina, serta Bu Andi Windah. *Now, we are in our progress to be Hero. Tetep kompak dan wish all the best for our SPEC.*
21. AIESEC OE UNILA 2015-2016 mulai dari *President, Executive board, Manager Board, hingga Staffs*, yang sangat banyak dan tidak bisa disebut namanya satu per satu. *Thanks for being a model of cool students and allows me to feel many GREAT EXPERIENCES in my life. Succes for us.*
22. *Team Finance and Governance* alias *The Demeter* yaitu Rossinda Budianti, Sekar Arum Probawati Rambe, dan Azhar Kanedy. Terimakasih sudah jadi *team* yang sangat baik dan selalu saling mendukung juga mengedukasi satu sama lain. *I learnt so much things from you guys.*
23. *The Pioneer*, Ajeng Rachma, Tia Utari, Ekky Ariansyah, Yofi Herlambang, Sofie Maghfirah, Lia Hermanto, Bery Decky Saputra, Thais Dos Anjos, Javier Miguel Alonso, dan Alaa Mustofa Mohamed. *Thanks for being the great team during the ILEA project.*
24. *My buddies* Mohammed Khaled El-Gendy, Sharad Amin, Passant Magdy, Nada Ossama, Tran Huy Anh, Ali Saeed, Belal Rafeeq, Lisa Nowag, Rik Oude Munnink and etc. *Thanks for the great experiences that you've shared to me in summer 2014 and 2015, I got so much benefit from all of you, guys.*

25. *Google Students Group* Riski, Farid, Danu, Onoy, Vio, Pras, kak Gilang, Egi, Kevin, dll. Terimakasih atas banyak sekali inspirasi dari kalian, saya bangga pernah jadi bagian dari kalian.
26. Team KKN desa Jaya Makmur (Jamur) Devi Purnama Sari, Viola Hidayaningrum, M. Fakhrol Arifin, dan Ali Mustofa, terimakasih keluarga ku yang selalu ada untuk satu sama lain untuk menjadi team KKN terbaik yang pernah ada dalam sejarah.
27. *Anime Otaku RPFamily*. Sebbby, Sha, Mii, Shizu, Izaya, Nana, Mika, Sasu, Tafa, Amey dan Temanee meskipun kita Cuma bertemu di dunia virtual sejak tahun 2012, *but without u, I will never reach this stage. I can't lie, you guys already be a part of my life, and I love it so much.*
28. Semua teman-teman seperjuangan di Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UNILA angkatan 2012. *Thanks for many things.*
29. Google, Youtube, serta semua orang yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi saya. *Thanks a lot.*

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun Penulis berharap semoga penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandar Lampung, 03 Maret 2016

Penulis,

Melin Candra Puspita

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	
RIWAYAT HIDUP	
MOTTO	
PERSEMBAHAN	
SANWANCANA	
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Batasan Masalah.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Sistem Informasi.....	11
2.1.1. Pengertian Sistem Informasi.....	11
2.1.2. Komponen Sistem Informasi.....	14
2.1.3. Peranan Sistem Informasi.....	14
2.2. Teknologi Informasi.....	15
2.3. Internet.....	17
2.4. Internet <i>Banking</i>	18
2.4.1. Pengertian Internet <i>Banking</i>	18
2.4.2. Jenis dan Kegiatan Internet <i>Banking</i>	20
2.4.3. Manfaat dan Kerugian Internet <i>Banking</i>	21
2.4.4. Sejarah Internet <i>Banking</i>	23

	Halaman
2.5. Inovasi	25
2.6. Sikap Adopsi	25
2.7. Persepsi	27
2.8. <i>Technology Acceptance Model</i>	29
2.8.1 Konstruk-konstruk <i>Technology Acceptance Model</i>	30
2.8.2 Kelebihan <i>Technology Acceptance Model</i>	34
2.9. Penelitian Terdahulu.....	35
2.10. Kerangka Pemikiran.....	39
2.11. Hipotesis.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	42
3.2. Lokasi Penelitian.....	43
3.3. Populasi.....	43
3.4. Sampel.....	43
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	44
3.6. Variabel Penelitian.....	45
3.7. Definisi Konseptual.....	46
3.8. Definisi Operasional.....	48
3.9. Instrumen Penelitian.....	49
3.10. Metode Analisis Data	50
3.10.1. Statistik Deskriptif.....	51
3.10.2. Statistik Inferensial.....	51
3.10.2.1. <i>Outer Model</i>	52
3.10.2.2. <i>Inner Model</i>	61
3.10.6. Uji Hipotesis.....	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	68
4.1.1. Sejarah Universitas Lampung.....	68
4.1.2. Visi dan Misi Universitas Lampung.....	69
4.1.3. Fakultas di Universitas Lampung	71
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	71
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	73
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas.....	74
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Internet <i>Banking</i> <i>yang dipakai</i>	75
4.2.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Internet Banking.....	77

	Halaman
4.3. Hasil Distribusi Jawaban Responden Per Variabel	78
4.3.1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU)	79
4.3.2. Persepsi Kegunaan (PU)	80
4.3.3. Sikap Adopsi Internet Banking (ATT)	81
4.4. Analisis Statistik Deskriptif.....	82
4.5. Analisis Statistik Inferensial.....	85
4.5.1. Pengukuran <i>Outer Model</i>	85
4.5.1.1. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use/PEOU</i>).....	87
4.5.1.2. Variabel Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>).....	89
4.5.1.3. Variabel Sikap Adopsi Internet Banking (<i>Attitude toward Internet Banking Adoption</i>)	91
4.5.2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	93
4.6. Pengujian Hipotesis	95
4.6.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) terhadap Persepsi Kegunaan (PU)	97
4.6.2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) terhadap Sikap Adopsi Internet <i>Banking</i> (ATT)..	97
4.6.3. Pengaruh Persepsi Kegunaan (PU) terhadap Sikap adopsi internet <i>banking</i> (ATT).....	98
4.7. Pembahasan	99
4.7.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) Terhadap Persepsi Kegunaan (PU) dan Sikap Adopsi Internet <i>Banking</i> (ATT).....	99
4.7.2. Pengaruh Persepsi Kegunaan (PU) terhadap Sikap Adopsi Internet <i>Banking</i> (ATT).....	101
4.7.3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) terhadap Sikap Adopsi Internet <i>Banking</i> (ATT).....	104
 BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	107
5.2. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1.	Penggunaan Internet di Asia dan Statistik Populasi pada Tanggal 30 Juni 2015 – pembaharuan pertengahan tahun	3
2.1.	Keuntungan internet <i>banking</i>	22
2.2.	Penelitian Terdahulu	35
3.1.	Skala <i>Likert</i>	45
3.2.	Definisi Operasional Variabel	48
3.3.	Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS	55
3.4.	Hasil Uji Validitas Awal	56
3.5.	Hasil Uji Validitas Akhir.....	57
3.6.	Hasil Uji Realibilitas Awal.....	58
3.7.	Hasil Uji Realibilitas Akhir	58
4.1.	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.2.	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	73
4.3.	Jumlah Responden Berdasarkan Fakultas	75
4.4.	Jumlah Responden Berdasarkan Internet Banking.....	76
4.5.	Jumlah Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Internet <i>Banking</i>	77
4.6.	Distribusi Jawaban Konsumen tentang Persepsi Kemudahan Penggunaan Internet <i>Banking</i>	79
4.7.	Distribusi Jawaban Konsumen tentang Persepsi Kegunaan.....	81
4.8.	Distribusi Jawaban Konsumen tentang Sikap Adopsi Internet <i>Banking</i>	81
4.9.	Deskriptif Statistik.....	83
4.10.	Evaluasi Kriteria Indeks Kesesuaian Model Struktural Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	89
4.11.	Evaluasi Kriteria Indeks Kesesuaian Model Struktural Variabel Persepsi Kegunaan.....	90
4.12.	Evaluasi Kriteria Indeks Kesesuaian Model Struktural Variabel Sikap Adopsi Internet <i>Banking</i>	92
4.13.	<i>R Square</i>	93
4.14.	Evaluasi Model Struktural	95
4.15.	<i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	96

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
1.	Kuisisioner	112
2.	Input Identitas Diri Responden	115
3.	Input Jawaban Responden	120
4.	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Awal <i>PLS Alogarithm Outer</i> <i>Model</i>	123
5.	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Akhir <i>PLS Alogarithm Outer</i> <i>Model</i>	124
6.	Hasil Uji Hipotesis <i>PLS Bootstrapping Inner Model</i>	125
7.	Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40).....	126

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1.	Pengguna Internet di Asia.....	2
2.1.	Tahapan Inovasi Teknologi.....	26
2.2.	<i>Technology Acceptance Model</i>	29
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	41
3.1.	Konstruksi Diagram Jalur Penelitian.....	59
4.1.	Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas Awal	86
4.2.	Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas Awal	87
4.3.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	96

BAB I

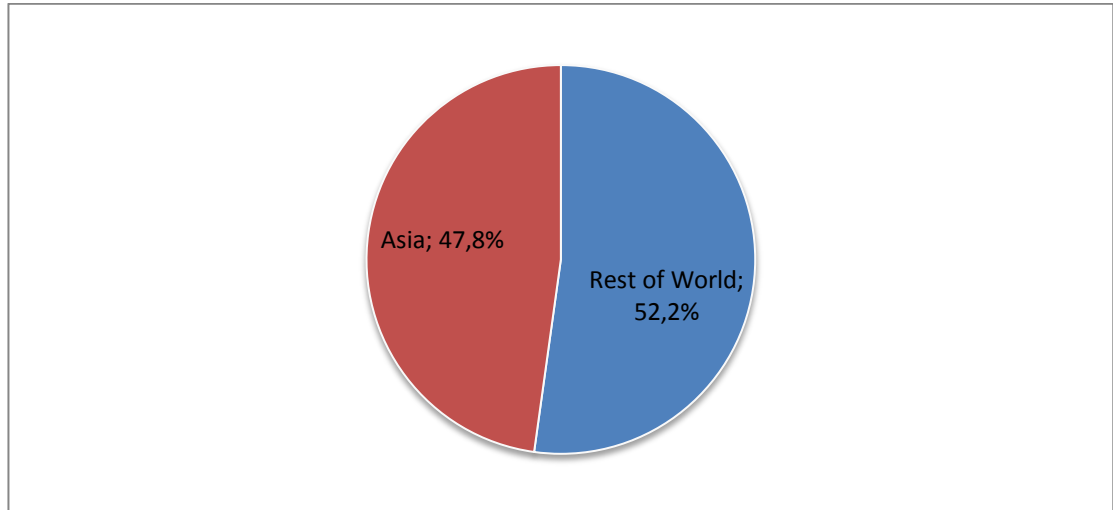
PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

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

Internet adalah suatu pusat informasi menggunakan *database* atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap. Bahkan, Internet dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya) karena hampir seluruh aspek kehidupan di dunia nyata ada di internet seperti bisnis, hiburan, olah raga, politik dan lain sebagainya (Sidharta, 1996). Internet kini menjadi suatu sarana yang dapat dimanfaatkan

untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, transaksi bisnis, mencari informasi, dan lain sebagainya di seluruh dunia.



Gambar 1.1 Pengguna Internet di Asia

Sumber: <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm> (diakses 04-11-2015)

Menurut data dari *Internet World Stats*, pertumbuhan pengguna internet diseluruh dunia mencapai 806% sepanjang periode tahun 2000-2015. Dari sisi pengguna Internet di wilayah Asia sebagai kontributor terbesar menyumbang 47.8% dari total pengguna internet di seluruh dunia. Sedangkan menurut data untuk ruang lingkup wilayah Asia sendiri tercatat bahwa negara Indonesia adalah sebagai pengguna internet terbesar urutan ke empat di wilayah Asia (lihat Tabel 1.1).

Tabel 1.1 Penggunaan Internet di Asia dan Statistik Populasi pada Tanggal 30 Juni 2015 – Pembaharuan Pertengahan Tahun

Asia	Populasi (2015)	Pengguna Internet (31 Des 2000)	Data Pengguna Internet Terbaru	Penetrasi (% pada Populasi)	% Pengguna Internet	Facebook 2000-2015
<u>Afganistan</u>	32,564,342	1,000	4,005,414	12.3 %	0.1 %	384,220
<u>Armenia</u>	3,056,871	30,000	2,126,000	69.6 %	0.1 %	362,000
<u>Azerbaijan</u>	9,593,038	12,000	5,851,753	61.0 %	0.4 %	963,100
<u>Bangladesh</u>	168,957,745	100,000	44,625,000	26.4 %	2.9 %	3,352,680
<u>Bhutan</u>	741,919	500	254,998	34.4 %	0.0 %	82,040
<u>Brunei Darussalam</u>	429,646	30,000	318,900	74.2 %	0.0 %	254,760
<u>Cambodia</u>	15,708,756	6,000	5,000,000	31.8 %	0.3 %	742,220
<u>China</u>	1,361,512,535	22,500,000	674,000,000	49.5 %	43.1 %	633,300
<u>Georgia</u>	4,931,226	20,000	2,411,370	48.9 %	0.2 %	911,900
<u>Hong Kong</u>	7,141,106	2,283,000	5,751,357	80.5 %	0.4 %	4,034,560
<u>India</u>	1,251,695,584	5,000,000	354,000,000	28.3 %	22.6 %	62,713,680
<u>Indonesia</u>	255,993,674	2,000,000	73,000,000	28.5 %	4.7 %	51,096,860
<u>Japan</u>	126,919,659	47,080,000	114,963,827	90.6 %	7.4 %	17,196,080
<u>Kazakhstan</u>	18,157,122	70,000	9,966,444	54.9 %	0.6 %	700,020
<u>Korea, North</u>	24,983,205	--	--	--	--	n/a
<u>Korea, South</u>	49,115,196	19,040,000	45,314,248	92.3 %	2.9 %	10,012,400
<u>Kyrgyzstan</u>	5,664,939	51,600	2,194,400	38.7 %	0.1 %	109,060
<u>Laos</u>	6,911,544	6,000	985,586	14.3 %	0.1 %	255,880
<u>Macao</u>	592,731	60,000	413,608	69.8 %	0.0 %	210,040
<u>Malaysia</u>	30,513,848	3,700,000	20,596,847	67.5 %	1.3 %	13,589,520
<u>Maldives</u>	393,253	6,000	193,795	49.3 %	0.0 %	136,760
<u>Mongolia</u>	2,992,908	30,000	808,085	27.0 %	0.1 %	515,080
<u>Myanmar</u>	56,320,206	1,000	1,182,724	2.1 %	0.1 %	n/a
<u>Nepal</u>	31,551,305	50,000	4,871,521	15.4 %	0.3 %	1,940,820
<u>Pakistan</u>	199,085,847	133,900	29,128,970	14.6 %	1.9 %	7,984,880
<u>Philippines</u>	109,615,913	2,000,000	47,134,843	43.0 %	3.0 %	29,890,900
<u>Singapore</u>	5,674,472	1,200,000	4,653,067	82.0 %	0.3 %	2,915,640
<u>Sri Lanka</u>	22,053,488	121,500	5,689,800	25.8 %	0.4 %	1,515,720
<u>Taiwan</u>	23,415,126	6,260,000	19,666,364	84.0 %	1.3 %	13,240,660
<u>Tajikistan</u>	8,191,958	2,000	1,432,773	17.5 %	0.1 %	37,360
<u>Thailand</u>	67,976,405	2,300,000	23,716,968	34.9 %	1.5 %	17,721,480
<u>Timor-Leste</u>	1,231,116	0	14,035	1.1 %	0.0 %	n/a
<u>Turkmenistan</u>	5,231,422	2,000	638,233	12.2 %	0.0 %	10,120

Lanjutan Tabel 1.1 Penggunaan Internet di Asia dan Statistik Populasi pada Tanggal 30 Juni 2015 – Pembaharuan Pertengahan Tahun

Asia	Populasi (2015)	Pengguna Internet (31 Des 2000)	Data Pengguna Internet Terbaru	Penetrasi (% pada Populasi)	% Pengguna Internet	Facebook 2000-2015
<u>Uzbekistan</u>	29,199,942	7,500	12,716,575	43.6 %	0.8 %	152,900
<u>Vietnam</u>	94,348,835	200,000	45,579,922	48.3 %	2.9 %	10,669,880
<u>TOTAL ASIA</u>	4,032,466,882	114,304,000	1,563,208,143	38.8 %	100.0 %	254,336,520

Sumber: <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm#asia> (diakses 4-11-2015)

Banyak perusahaan di dunia yang memiliki keinginan untuk mengubah dirinya menjadi pembangkit daya bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam *e-business*, *e-commerce*, dan sektor Teknologi Informasi lainnya. Industri perbankan merupakan contoh dari salah satu industri yang telah mengaplikasikan atau mengadopsi teknologi informasi dalam bentuk internet *banking*. Internet *banking* diperkenalkan pertama kali pada tahun 1980an di dunia yaitu dengan nama *Security First Network Bank* sebagai *channel* di mana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial non-tunai perbankan secara elektronik melalui *website* bank hanya dengan memanfaatkan teknologi komputer dan jaringan internet untuk mengaksesnya.

Melalui penggunaan internet *banking* para nasabah perbankan dapat melakukan transaksi finansial *non-cash* setiap saat dan di mana saja dengan mudah dan nyaman hanya dengan mengakses *website* masing-masing bank nya melalui komputer atau *gadget* yang memiliki jaringan internet. Penyediaan jasa ini dirasakan memberikan manfaat/keuntungan baik bagi pihak perbankan maupun pihak nasabahnya dalam hal efisiensi biaya (Lin, 2005). Selain itu inovasi

teknologi informasi berupa internet *banking* dalam hal *distribution channel* ini menurut Dandapani (2006) mampu menarik perhatian dan memperluas area pemasaran/pasar sebuah bank selain itu juga mampu dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya. Penelitian lainnya terdapat pada hasil dari penelitian Sumra dan Manzoor (2011) *dalam* Al-Smadi (2011) juga menunjukkan bahwa adopsi internet *banking* mampu memberikan tingkat keuntungan (*rate of return*) yang cukup signifikan bagi pihak perbankan sedangkan dari segi pengguna atau nasabah sendiri, adopsi internet *banking* tersebut bertujuan untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah yang dituntut untuk sering bergerak (*mobile*) sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi dan mengakses layanan perbankan dimanapun dan kapanpun, kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan tunai.

Di Indonesia sendiri saat ini sudah banyak bank yang menyediakan fasilitas internet *banking* dalam aktivitas pelayanannya sehari-hari. Sedangkan di wilayah Lampung ini layanan Internet *banking* sendiri masih berada pada masa infansinya. Situasi yang terjadi saat ini pada masyarakat Lampung khususnya bagi para mahasiswa di Universitas Lampung yaitu masih banyak para nasabah bank yang bersikap enggan dalam mengadopsi teknologi internet *banking* dalam bertransaksi perbankan di berbagai sektor. Nasabah lebih memilih untuk datang ke sektor tujuan atau ke bank untuk melakukan transaksi secara langsung atau manual meskipun hal tersebut memakan lebih banyak waktu dan tenaga.

Faktanya berbagai macam keuntungan diberikan apabila nasabah bank menggunakan internet *banking* dan dengan kelebihan-kelebihan yang dimilikinya

tersebut seharusnya membuat layanan internet *banking* ini akan dapat mencapai sukses dalam waktu yang relatif singkat. Namun, fakta tentang sedikitnya jumlah pengguna Internet *banking* ini, berkaitan erat dengan tingkat penerimaan konsumen terhadap inovasi teknologi ini. Padahal, sebagai sebuah teknologi yang maju, inovasi layanan Internet *banking* ini pasti telah melalui tahap identifikasi kebutuhan. Namun mengapa masih terdapat celah yang besar antara harapan dan kenyataan di lapangan, hal ini menjadi pertanyaan mendasar pada penelitian ini.

Oleh karena itu tingkat adopsi internet *banking* diketahui tidak setinggi dengan ekspektasi yang diharapkan dari keuntungan internet *banking* bagi sektor bank maupun konsumen bank. Dengan kata lain, bank menghadapi tantangan besar dalam mempromosikan internet *banking* dan menjaga kenyamanan dalam pelayanannya. Selanjutnya dalam rangka untuk mempromosikan penggunaan internet *banking*, ada beberapa hal penting yang harus dipenuhi.

Pertama, sangat penting untuk menciptakan rasa "tahu-bagaimana" dalam diri individu tentang sistem internet *banking* dengan menyediakan informasi yang memadai dan berguna untuk pikiran kritis para nasabah sebelum menggunakan sistem internet *banking*. Kedua adalah memungkinkan bahwa di masa depan, bank menyediakan pusat internet *banking* untuk mempromosikan manfaat sistem dan menyediakan bantuan yang cukup untuk kasus pelanggan yang kebingungan dalam menggunakan. Ketiga, bank harus mendukung penggunaan sistem dengan memberikan pelatihan di kelompok masyarakat agar mereka sadar dan percaya tentang kegunaan sistem (Amin, 2007).

Mengacu kepada penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Amin (2007) yang meneliti tentang Adopsi Internet *Banking* dengan studi kasus para pemuda intelektual di Malaysia dan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2007) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku adopsi *mobile banking* dengan studi kasus di Negara Korea Selatan.

Model untuk penelitian ini didasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) sama seperti dua penelitian sebelumnya. Hal ini disebabkan karena pertama, model ini terkait dengan sikap interes dan relevansinya terhadap interaksi personal (Guriting and Ndubisi, 2006). Kedua, TAM lebih dari pada model lain yang mana akan menjadi lebih mudah dalam mengaplikasikannya (Venkatesh and Morris, 2000). Maka penelitian ini bertujuan untuk menguji orientasi pada *Technology Acceptance Model* yang menentukan sikap nasabah bank dalam memutuskan untuk mengadopsi layanan Internet *Bankin*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Amin (2007) dan Lee (2007), penelitian ini mengambil dua variabel dari *Technology Acceptance Model* yang menentukan minat nasabah dalam mengadopsi Internet *banking*, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Apabila kedua penelitian sebelumnya meneliti pada *Universiti Malaysia Sabah – Labuhan Internasional School* di Negara Malaysia dan pada masyarakat umum di Korea Selatan, maka penelitian ini akan difokuskan kepada mahasiswa di Universitas Lampung di Negara Indonesia. Hal ini didasarkan karena mahasiswa Universitas Lampung yang menjadi nasabah bank masih sedikit sekali yang mengadopsi layanan internet *banking*.

Namun layanan ini diyakini juga memiliki potensi yang besar untuk berkembang pesat di wilayah Lampung. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan memahami tentang penerimaan para mahasiswa Universitas Lampung terhadap layanan internet *banking* dalam rangka mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi sikap mahasiswa Universitas Lampung untuk mengadopsi internet *banking*.

Fenomena yang terjadi tentang sedikitnya jumlah mahasiswa Universitas Lampung dalam mengadopsi internet *banking* seperti itu menarik perhatian dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi sikap para nasabah bank untuk mengadopsi Internet *banking* dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari. Internet *banking* dalam penelitian ini mencakup transaksi pembelian, transfer, dan pembayaran dengan media internet melalui penyedia layanan internet *banking* yang ada.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) mempengaruhi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) secara parsial?
2. Bagaimana persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) teknologi informasi mempengaruhi sikap mahasiswa Universitas Lampung dalam mengadopsi layanan internet *banking*?
3. Bagaimana persepsi kemudah penggunaan (*perceived ease of use*) teknologi informasi mempengaruhi sikap mahasiswa Universitas Lampung dalam mengadopsi layanan internet *banking* secara simultan?

1.3. Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini meliputi:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*).
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap sikap Mahasiswa Universitas Lampung dalam mengadopsi layanan Internet *banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap sikap Mahasiswa Universitas Lampung dalam mengadopsi layanan Internet *banking*.

1.4. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kepada pembahasan atas masalah-masalah pokok yang dibatasi dalam konteks permasalahan yang terdiri dari:

1. Penelitian ini hanya membahas tentang pengujian Technology Acceptance model terhadap sikap dari nasabah di wilayah Universitas Lampung terhadap adopsi internet *banking*.
2. Penelitian ini tidak membahas tentang pengujian Technology Acceptance model terhadap niat dan pengguna sebenarnya dari nasabah di wilayah Universitas Lampung terhadap adopsi Internet *banking*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan untuk dapat memberikan manfaat antara lain yaitu:

1. Bagi Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk mendukung ataupun memberikan kritik bagi teori – teori yang sudah dibangun oleh para pakar ilmu sistem informasi terhadap penerapan teori tersebut di dunia bisnis.

2. Bagi Aspek Pragmatis

Dapat menambah wawasan peneliti mengenai layanan teknologi informasi internet *banking* serta sikap dalam menerima suatu teknologi informasi yang baru.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sistem Informasi

2.1.1. Pengertian Sistem Informasi

Hampir seluruh aktivitas dan program di dunia bisnis sekarang ini menuntut para pelajar untuk mempelajari sesuatu yang disebut sebagai sistem informasi. Menurut Fitzgerald (2011) Suatu sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran yang tertentu. Selanjutnya Jogiyanto (1989) menyatakan bahwa “Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan pada saat sekarang atau masa yang akan datang. Selain itu informasi juga merupakan fakta-fakta atau data yang diproses sedemikian atau mengalami proses transformasi data sehingga berubah bentuk menjadi informasi.

Hall (2007) mendefinisikan sistem informasi sebagai serangkaian prosedur formal di mana data dikumpulkan, diproses menjadi informasi, dan didistribusikan ke para pengguna. Sementara itu pengertian sistem informasi menurut Jogiyanto (2007) adalah suatu tipe khusus dari sistem kerja yang fungsi internalnya terbatas pada pemrosesan informasi dengan melakukan enam tipe operasi: menangkap

(*capturing*), mentransmisikan (*transmitting*), menyimpan (*storing*), mengambil (*retrieving*), memanipulasi (*manipulating*), dan menampilkan (*displaying*) informasi.

Menurut Wilson (1993) sistem informasi merupakan suatu kumpulan dari komponen-komponen dalam perusahaan atau organisasi yang berhubungan dengan proses penciptaan dan pengaliran informasi. Dalam hal ini, teknologi informasi hanya merupakan salah satu komponen kecil saja dalam format perusahaan. Komponen-komponen lainnya adalah: proses dan prosedur, struktur organisasi, sumber daya manusia, produk, pelanggan, pemasok, rekanan, dan lain sebagainya. Secara teori, di satu titik ekstrim, suatu sistem informasi yang baik belum tentu harus memiliki komponen teknologi informasi sementara di titik ekstrim yang lain, komputer memegang peranan teramat sangat penting dalam penciptaan produk.

Sistem informasi (*Information System*) adalah sekumpulan komponen yang saling berhubungan, mengumpulkan atau mendapatkan, memproses, menyimpan dan mendistribusikan informasi untuk menunjang pengambilan keputusan dan pengawasan dalam suatu organisasi serta membantu manajer dalam mengambil keputusan (Kent, 2008). Suatu sistem informasi pada dasarnya terbentuk melalui suatu kelompok kegiatan operasional yang tetap yaitu mengumpulkan data, mengelompokkan data, menghitung data, menganalisa data dan menyajikan laporan.

2.1.2. Komponen Sistem Informasi

Menurut Mulyanto (2009), “sistem informasi terdiri dari lima sumber daya yang dikenal sebagai komponen sistem informasi. Kelima sumber daya tersebut adalah manusia, *hardware*, *software*, data, dan jaringan. Kelima komponen tersebut memainkan peranan yang sangat penting dalam suatu sistem informasi. Namun dalam kenyataannya, tidak semua sistem informasi mencakup kelima komponen tersebut”. berikut merupakan penjelasan komponen dari sistem informasi :

1. Sumber Daya Manusia

Manusia mengambil peranan yang penting bagi sistem informasi. Manusia dibutuhkan untuk mengoperasikan sistem informasi. Sumber daya manusia dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu pengguna akhir dan pakar sistem informasi. Pengguna akhir adalah orang-orang yang menggunakan informasi yang dihasilkan dari sistem informasi, sedangkan pakar sistem informasi orang-orang yang mengembangkan dan mengoperasikan sistem informasi.

2. Sumber Daya *Hardware*

Sumber daya *hardware* adalah semua peralatan yang digunakan dalam pemrosesan informasi. Sumber daya ini tidak hanya sebatas komputer saja, melainkan semua media data seperti lembaran kertas dan *disk magnetic* atau optikal.

3. Sumber Daya *Software*

Sumber daya *software* adalah semua rangkaian perintah (instruksi) yang digunakan untuk memproses informasi. Sumber daya ini tidak hanya berupa program saja, tetapi juga berupa prosedur.

4. Sumber Daya Data

Sumber daya data bukan hanya sekedar bahan baku untuk memasukan sebuah sistem informasi, melainkan sebagai dasar membentuk sumber daya organisasi.

5. Sumber Daya Jaringan

Sumber daya jaringan merupakan media komunikasi yang menghubungkan komputer, memproses komunikasi, dan peralatan lainnya, serta dikendalikan melalui *software* komunikasi. Sumber daya ini dapat berupa media komunikasi seperti kabel, satelit dan dukungan jaringan seperti modem, *software* pengendali, serta prosesor antar jaringan.

2.1.3 Peranan Sistem Informasi

Salah satu peran sistem informasi adalah untuk mengambil data dan mengubahnya menjadi informasi, dan kemudian mengubahnya menjadi pengetahuan organisasi. Sebagaimana teknologi telah berkembang, maka peran ini juga telah berkembang menjadi tulang punggung organisasi. Menurut O'Brien (2005) terdapat tiga peran utama sistem informasi dalam bisnis yaitu:

1. Mendukung proses bisnis dan operasional

Mulai dari akuntansi sampai dengan penelusuran pesanan pelanggan, sistem informasi menyediakan dukungan bagi manajemen dalam operasi/kegiatan bisnis sehari-hari. Ketika tanggapan/respon yang cepat menjadi penting, maka kemampuan Sistem Informasi untuk dapat mengumpulkan dan mengintegrasikan informasi keberbagai fungsi bisnis menjadi kritis/penting.

2. Mendukung pengambilan keputusan

Sistem informasi dapat mengkombinasikan informasi untuk membantu manager menjalankan menjalankan bisnis dengan lebih baik, informasi yang sama dapat membantu para manager mengidentifikasi kecenderungan dan untuk mengevaluasi hasil dari keputusan sebelumnya. Sistem Informasi akan membantu para manager membuat keputusan yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih bermakna.

3. Mendukung strategi untuk keunggulan kompetitif

Sistem informasi yang dirancang untuk membantu pencapaian sasaran strategis perusahaan dapat menciptakan keunggulan bersaing di pasar.

2.2 Teknologi Informasi

Istilah ‘teknologi informasi’ mulai dipergunakan secara luas di pertengahan tahun 80-an. Teknologi ini merupakan pengembangan dari teknologi komputer yang dipadukan dengan teknologi telekomunikasi. Definisi kata ‘informasi’ sendiri secara internasional telah disepakati sebagai ‘hasil dari pengolahan data’ yang secara prinsip memiliki nilai atau *value* yang lebih dibandingkan dengan data mentah. Komputer merupakan bentuk teknologi informasi pertama (cikal bakal) yang dapat melakukan proses pengolahan data menjadi informasi. Dalam kurun waktu yang kurang lebih sama, kemajuan teknologi telekomunikasi terlihat sedemikian pesatnya, sehingga telah mampu membuat dunia menjadi terasa lebih kecil (mereduksi ruang dan waktu = *time and space*). Dari sejarah ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan teknologi informasi adalah suatu teknologi yang berhubungan dengan pengolahan data menjadi informasi dan

proses penyaluran data/informasi tersebut dalam batas-batas ruang dan waktu. Dengan berpegang pada definisi ini, terlihat bahwa komputer hanya merupakan salah satu produk dalam domain teknologi informasi. Modem, Router, Oracle, SAP, Printer, Multimedia, *Cabling System*, VSAT, dan lain sebagainya, merupakan contoh dari produk-produk teknologi informasi.

Pengertian Teknologi Informasi menurut ITTA (*Information Technology Association of America*) dalam Sutarman (2009) mendefinisikan Teknologi Informasi adalah sebagai suatu studi, perancangan, implementasi, pengembangan, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, terkhususnya pada aplikasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer. Teknologi informasi memanfaatkan komputer elektronik dan perangkat lunak komputer untuk mengubah, menyimpan, memproses, melindungi, mentransmisikan dan memperoleh informasi secara aman.

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 para bisnis, seperti juga meningkatkan komunikasi dan kerjasama (O'Brien, 2005).

Menurut Oxford (1995) mendefinisikan teknologi informasi adalah studi atau penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer untuk menyimpan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi dalam bentuk apapun termasuk kata-kata, bilangan, dan gambar. Sedangkan Haag dan Keen (1996) mendefinisikan teknologi informasi sebagai satu set peralatan yang membantu

manusia dalam bekerja dengan informasi dan menjalankan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. TI dianggap alat yang digunakan untuk pekerjaan yang berkaitan dengan informasi. Pengolahan informasi yang dihasilkan diproses menggunakan alat-alat tersebut. Alat-alat ini adalah komputer dan software-software pendukungnya.

Sedangkan menurut deskripsi dari Martin *dalam* kutipan yang di ambil Kadir (2003) bahwa teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (seperangkat alat keras dan lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan yang mencakup teknologi informasi untuk mengirimkan informasi.

2.3 Internet

Interconnected network atau lebih populer dengan internet adalah sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan komputer di seluruh dunia. Setiap komputer dan jaringan terhubung secara langsung maupun tidak langsung ke beberapa jalur utama yang disebut internet *backbone* dan dibedakan satu dengan yang lain menggunakan *unique name* atau alamat IP 32 bit (Syafrizal, 2005).

Internet mempengaruhi struktur saluran distribusi layanan/produk di masa depan dalam dua cara. Pertama, biaya penggunaannya berbeda dengan saluran distribusi lain yang sudah ada, dan layanan *outputnya* memberikan perbedaan dengan *output* layanan yang disediakan oleh saluran distribusi tradisional. Kedua, Internet mempengaruhi konsumen (Bourgeois, 2009).

Teknologi internet dapat memberikan kontribusi yang signifikan untuk rantai nilai perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan hubungan perusahaan dengan vendor dan pemasoknya, operasi internal dan hubungan pelanggan, dan menawarkan prospek perluasan pelanggan. Internet juga berjanji untuk secara dramatis menurunkan biaya komunikasi dengan menghilangkan hambatan yang diciptakan oleh geografi, zona waktu, dan lokasi (Tan & Teo, 2000).

Bourgeois (2009) munculnya internet telah mengakibatkan pembentukan organisasi virtual, yang hampir tidak memiliki kehadiran fisik dalam hal gerai ritel tapi menikmati akses ke pasar nasional dan internasional. Ada lingkup untuk organisasi fisik menjadi virtual, karena mereka dapat memanfaatkan kompetensi inti mereka dalam kegiatan primer. Perusahaan fisik sering memiliki lebih banyak pengalaman/pengetahuan dari produk mereka dan bagaimana untuk menjualnya dari pada pedagang di internet yang masih baru dan mereka biasanya juga telah mendirikan merek dan basis nasabah yang besar.

2.4 Internet Banking

2.4.1 Pengertian Internet Banking

Tjini (2013) berpendapat bahwa dalam dunia perbankan, perkembangan teknologi informasi membuat para perusahaan mengubah strategi bisnis dengan menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasa. Perbankan menciptakan pelayanan transaksi yang berbasis teknologi seperti *electronic transaction (e-banking)* melalui ATM, *phone banking* dan *Internet Banking*. Menurut Bourgeois (2009) menyatakan dalam bentuk yang sangat dasar, *internet banking* dapat berarti penyediaan informasi tentang bank dan jasa melalui halaman rumah di *World Wide Web (WWW)*. Lebih rumitnya, layanan

internet *banking* memberikan akses pelanggan ke rekening-rekeningnya, yaitu kemampuan untuk mentransfer uang mereka antar rekening yang berbeda, dan melakukan pembayaran atau mengajukan pinjaman melalui *e-Channels*.

Pendapat lainnya mengatakan internet *banking* merupakan pemanfaatan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank. Selain itu bentuk transaksi yang dilakukan bersifat maya atau tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank yang bersangkutan, (Mahdi, 2004). Menurut Bank Indonesia yang dikutip dalam Budi (2005) internet *banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.

Aplikasi teknologi informasi dalam internet *banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional. Tanpa adanya aplikasi teknologi informasi dalam internet *banking*, maka internet *banking* tidak akan jalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan. Secara umum, dalam penyediaan layanan internet *banking*, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di Internet, memberikan akses kepada para nasabah untuk bertransaksi dan meng-*update* data pribadinya berdasarkan fakta bahwa pengguna internet *banking* beroperasi pada media digital, maka dapat dilansir bahwa hal ini membuat bank dapat menyimpan uang dalam jumlah besar dalam

rangka mengembangkan perangkat lunak tambahan atau infrastruktur (Polasik dan Wisniewski, 2009).

2.4.2. Jenis Kegiatan Internet Banking

Diniz (1998) mengidentifikasi Jenis kegiatan internet *banking* dibedakan menjadi tiga yaitu:

1. *Informational Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).
2. *Communicative Internet Banking* yaitu pelayanan jasa Bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet *banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.
3. *Transactional Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet *banking* dan melakukan eksekusi transaksi.

2.4.3. Manfaat dan Kerugian Internet Banking

Menurut Budi Raharjo (2001) Internet *Banking* telah memberikan manfaat kepada pihak bank antara lain:

- a) *Business expansion*: Dahulu sebuah bank harus memiliki sebuah kantor cabang untuk beroperasi di tempat tertentu. Kemudian hal ini dipermudah dengan hanya meletakkan mesin ATM sehingga perbankan dapat hadir di tempat tersebut.

Kemudian ada *phone banking* atau *sms banking* yang mulai menghilangkan batas fisik dimana nasabah dapat menggunakan telepon atau *handphone* yang dimilikinya untuk melakukan aktivitas perbankan dimana saja melalui layanan sms. Dan sekarang telah hadir *Internet Banking* yang lebih mempermudah lagi karena menghilangkan batas ruang dan waktu dalam melakukan transaksi keuangan non-tunai.

b) *Customer loyalty*: Khususnya nasabah yang sering bergerak (*mobile*), akan merasa lebih nyaman untuk melakukan aktivitas perbankannya tanpa harus membuka account di bank yang berbeda-beda di berbagai tempat.

c) *Revenue and cost improvement*: Biaya untuk memberikan layanan perbankan melalui *Internet Banking* dapat lebih murah daripada membuka kantor cabang atau membuat mesin ATM.

d) *Competitive advantage*: Bank yang memiliki *Internet Banking* akan memiliki keuntungan dibandingkan dengan bank yang tidak memiliki *Internet Banking*. Dalam waktu dekat, orang tidak ingin membuka *account* di bank yang tidak memiliki fasilitas *Internet Banking*.

e) *New business model*: *Internet Banking* memungkinkan adanya bisnis model yang baru. Layanan perbankan baru dapat diluncurkan melalui web dengan cepat.

Kriteria-kriteria yang dimiliki oleh internet menjadikannya sebagai sebuah media yang ideal untuk menyampaikan produk-produk dan jasa perbankan (Jayawardhena dan Foley, 2000). Berbagai penelitian telah dilakukan pada *internet banking* dan beberapa manfaat yang diperoleh dari penggunaan inovasi ini dirangkum dalam tabel 2.1 di bawah ini.

Tabel 2.1 Keuntungan Internet Banking

Keuntungan	Penelitian terdahulu
Pengurangan Biaya	Bradley and Stewart (2003), Rotchanakitumnuai and Speece (2003), Jayawadhera and Foley (2000), Nath et al 2001, Al-Sukkar and Hasan (2005) and Singh (2004), Corrocher (2002), Chang (2003), Sullivan and Wang (2005).
Meningkatnya basis pelanggan	Bradley and Stewart (2003), Jayawadhera and Foley (2000), Jen-Her Wu et al 2006 and Singh (2004), Corrocher (2002).
Memungkinkan inovasi dan pengembangan layanan bisnis non-core	Jayawadhera and Foley (2000), Nath et al. (2001), Karem (2003), Corrocher (2002), Chang (2003).
Marketing dan komunikasi	Jayawadhera and Foley (2000), Karem (2003), Corrocher (2002).
Meningkatnya loyalitas dan kepuasan nasabah	Jen-Her Wu et al 2006 and AL-Sukkar and Hasan (2005), Nath et al. (2001).
Keuntungan tinggi nasabah	Nath et al. (2001).
Kemampuan menarik nasabah baru	AL-Sukkar and Hasan (2005).

Sumber : Dube thulani et al. (2009)

Dalam pelayanan internet banking banyak keuntungan yang ditawarkan oleh pihak perbankan kepada nasabahnya, namun selain keuntungan-keuntungan tersebut menurut Hoppe et al (2001) layanan internet *banking* juga memberikan kerugian antara lain:

- 1) Biaya, internet *banking* memiliki sistem standar seperti akses komputer, tipe komputer, kapasitas data, resolusi layar dan browser, yang mana dapat menambah biaya untuk nasabah jika dibandingkan dengan bank dengan sistem tradisional atau dengan layanan perbankan lain seperti ATM.
- 2) Ketersediaan, nasabah tidak bisa membuka dan menutup rekening menggunakan internet *banking*.

3) Keamanan, serangan *hacker* dan penipuan.

2.4.4 Sejarah Internet Banking

Sejarah Internet *banking* di dunia yaitu dimulai pada tahun 1980-an melalui implementasi *e-Banking* dan *mobile banking* yang mulai diterapkan oleh beberapa Bank di dunia. Proses kreatif dan inovatif ini terdorong setelah beberapa perusahaan sudah memulai konsep transaksi belanja melalui internet atau lebih di kenal dengan belanja *online*. Beberapa Bank sudah mulai merasa harus membuat dan mengembangkan data fasilitas *database online* untuk mendukung perkembangan konsep ini. Sehingga pada tahun 1980-an Perbankan di Amerika dan Eropa memulai penelitian dan percobaan Pemrograman pada konsep *Home Banking*. Ketika itu komputer dan internet *banking* belum begitu berkembang , penggunaan *Home banking* pada dasarnya terbuat dari mesin fax dan telpon untuk memudahkan layanan kepada pelanggan.

Nottingham Building Society yang disingkat dengan NSB meluncurkan layanan perbankan internet pertama di Inggris, Sejarah Internet *banking* ini terlaksana pada tahun 1983. Layanan ini tidak berkembang dengan baik karena membatasi jumlah transaksi dan fungsi dari para pemegang rekening, fasilitas yang di buat NSB berasal dari sistem yang dikenal sebagai *Pestel* yang digunakan departemen Pos Inggris. Baru pada bulan Oktober 1994, layanan perbankan *online* internet *banking* pertama di Amerika mulai diperkenalkan. Pengembangnya adalah *Stanford Federal Credit Union* yang merupakan sebuah lembaga yang bergerak pada bidang keuangan, tapi hal ini menciptakan pro dan kontra dari uang

elektronik beredar. Internet *banking* telah menjadi sebuah revolusi yang meningkatkan peranan sektor realnya.

Selanjutnya adalah sejarah internet *banking* di Indonesia. Indonesia sendiri baru memperkenalkan inovasi layanan internet *banking* pada Tahun 2001, melalui Bank Sentral Asia (BCA) yang berperan sebagai Bank pertama Indonesia yang berani mengoperasikan *e-Banking* secara masif di Indonesia melalui situs Klik BCA yang diamankan dengan enkripsi SSL 2048 bit dan fasilitas *firewall* pada situsnya. Namun awal masuknya pemograman internet *banking* Indonesia pertama adalah Bank Internasional Indonesia. Berikut adalah sejarah internet *banking* di Indonesia:

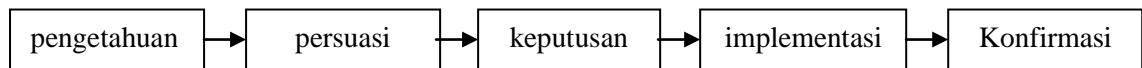
1. 1998 Sep, Bank Internasional Indonesia
2. 2000, Bank Niaga
3. 2001, Bank Bukopin
4. 2001, Bank Sentral Asia (BCA)
5. 2003, Bank Mandiri
6. 2005, Bank PermataNet
7. 2006, Bank Permata e-Business
8. 2007, Bank Negara Indonesia & Bank Lippo
9. 2008, Bank Danamon Indonesia
10. 2009, Bank Rakyat Indonesia
11. 2010, Bank Mega

2.5 Inovasi

Rogers dan Shoemaker (1971) mengartikan inovasi sebagai ide-ide baru, praktek-praktek baru, atau obyek-obyek yang dapat dirasakan sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau masyarakat sasaran penyuluhan. Sedangkan Lionberger dan Gwin (1982) mengartikan inovasi tidak sekadar sebagai sesuatu yang baru, tetapi lebih luas dari itu, yakni sesuatu yang dinilai baru atau dapat mendorong terjadinya pembaharuan dalam masyarakat atau pada lokalitas tertentu. Pengertian dari kata baru disini, mengandung makna bukan sekadar baru diketahui oleh pikiran (*cognitive*), akan tetapi juga baru karena belum dapat diterima secara luas oleh seluruh warga masyarakat dalam arti sikap (*attitude*), dan juga baru dalam pengertian belum diterima dan dilaksanakan/diterapkan oleh seluruh warga masyarakat setempat.

2.6 Sikap Adopsi

Menurut Karjaluoto et al, (2002) proses adopsi dapat ditujukan kepada seseorang yang membuat keputusan untuk menjadikan dirinya sebagai seorang pengguna reguler dari suatu produk atau jasa, dan persepsi orang tersebut kepada suatu produk atau jasa merupakan sebuah kunci. Menurut Rogers dan Shoemaker (1971), konsumen melewati "proses pengetahuan, persuasi, keputusan dan konfirmasi" sebelum mereka siap untuk mengadopsi suatu produk atau jasa. Jadi berikut adalah tahap yang dilalui konsumen dalam mengadopsi inovasi teknologi:



Gambar 2.1. Tahapan Inovasi Teknologi

Sumber : Rogers dan Shoemaker (1971)

Seorang calon *adopter* (pengadopsi) melewati beberapa tahap tertentu sebelum membuat keputusan tentang apakah akan menerima (mengadopsi) atau menolak suatu inovasi. Banyak peneliti telah berfokus pada proses adopsi, Rogers telah menjadi salah satu dari mereka, ia mendefinisikan sebagai “suatu proses melalui sebuah unit pembuatan keputusan individual atau lainnya melewati dari tahap pertama pengetahuan dari sebuah inovasi, untuk membentuk suatu sikap terhadap inovasi, untuk sebuah keputusan atau penolakan, untuk menerapkan ide baru, dan mengkonfirmasi keputusan ini”

Menurut TAM (Davis, 1989), sikap atau perilaku adalah perasaan positif atau negatif seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap seseorang terhadap menggunakan/mengadopsi teknologi atau sistem tergantung pada manfaat yang dirasakan (*Perceived Usefulness/PU*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use/PEOU*). TAM menunjukkan bahwa ketika pengguna disajikan dengan teknologi baru, sejumlah faktor datang ke keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan mereka akan menggunakannya (Davis, 1989).

2.7 Persepsi

Walgito (1993) mengemukakan bahwa persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya stimulus yang mengenainya tetapi juga individu sebagai satu kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi serta sikapnya yang relevan dalam menanggapi stimulus. Individu dalam hubungannya dengan dunia luar selalu melakukan pengamatan untuk dapat mengartikan rangsangan yang diterima dan alat indera dipergunakan sebagai penghubung antara individu dengan dunia luar. Agar proses pengamatan itu terjadi, maka diperlukan objek yang diamati alat indera yang cukup baik dan perhatian merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan pengamatan. Persepsi dalam arti umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak.

Persepsi didefinisikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (1995) sebagai tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indera. Persepsi bersifat sangat subyektif dan situasional karena bergantung pada suatu kerangka ruang dan waktu. Persepsi ditentukan oleh faktor personal (sikap, motivasi, kepercayaan, pengalaman dan pengharapan) dan faktor situasional (waktu, keadaan sosial dan tempat kerja). Kehadiran suatu teknologi baru akan dipersepsikan secara berbeda oleh seseorang, ada seseorang yang merasa bahwa suatu teknologi akan memberikan manfaat untuk dirinya dan mudah untuk dipelajari tetapi ada juga yang merasa sebaliknya.

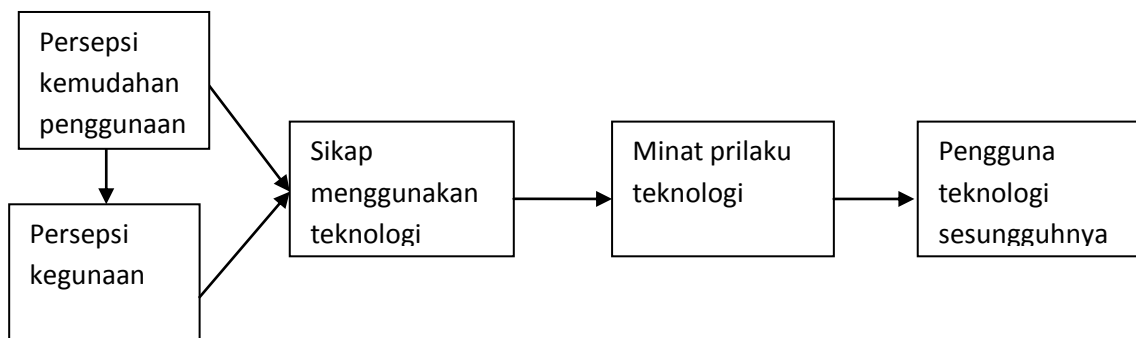
Menurut Toha (2003) faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang terbangun dalam pikirannya dan berbeda-beda satu dengan yang lainnya adalah sebagai berikut:

- a. Faktor internal, berupa kondisi perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan, minat dan motivasi.
- b. Faktor eksternal, berupa latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebudayaan sekitar, keberlawanan, pengulangan gerakan, hal-hal baru dan *familier* atau ketidak asingan terhadap suatu objek.

2.8 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) yang dirancang khusus untuk pemodelan penerimaan sistem informasi adalah adaptasi dari *Theory Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh Fishbein and Ajzen (1975), yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi pengguna teknologi informasi akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan sistem informasi sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam konteks pengguna teknologi, sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan sistem informasi menjadikan tindakan/perilaku orang tersebut sebagai tolok ukur dalam penerimaan sebuah sistem.

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



Gambar 2.2 *Technology Acceptance Model*

Sumber: Davis, 1986 dalam Jogyanto, 2007

2.8.1. Konstruk-Konstruk *Technology Acceptance Model*

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

1) Persepsi kemudahan (*perceived ease of use/PEOU*)

Dalam Davis (1989), *perceived ease of use* sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Definisi tersebut juga didukung oleh Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa

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

2) Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*)

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

perceived usefulness dapat diukur dengan indikator meningkatkan produktivitas, menjadikan kerja lebih efektif, dan pekerjaan menjadi lebih cepat.

3) Sikap menggunakan teknologi (*attitude toward using*)

Attitude toward using dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Davis, 1993). Sikap menjelaskan penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi (Hoppe *et al.* 2001). Dalam Widyarini (2005) disebutkan sikap menyatakan apa yang kita sukai dan tidak. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif/cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*), dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*). Sikap dalam Yahyapour (2008) didefinisikan sebagai salah satu bentuk evaluasi terhadap konsekuensi telah melaksanakan suatu perilaku. Menurut Kusuma dan Susilowati (2007) serta Yahyapour (2008), *attitude toward using internet banking* diukur dengan indikator teknologi *internet banking* menyenangkan untuk digunakan, menggunakan *internet banking* merupakan ide yang bagus, penggunaan *internet banking* dinilai perlu, menghimbau semua bank menggunakan internet, serta menggunakan *internet banking* merupakan ide yang bijaksana.

4) Niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use technology*)

Dalam Davis (1989) niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use technology*) adalah suatu keinginan (niat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika

mempunyai keinginan atau niat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem.

5) Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology user*)

Actual system usage merupakan perilaku nyata dalam mengadopsi suatu sistem. Dalam Davis (1989), *actual system usage* didefinisikan sebagai bentuk respon psikomotor eksternal yang diukur oleh seseorang dengan penggunaan nyata. *Actual system usage* dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi (Wibowo, 2006). Sedangkan Kusuma dan Susilowati (2007) menyatakan bahwa penggunaan *online banking* dapat menjadi tolak ukur tingkat keberhasilan sistem yang diukur berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktivitas, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan. Dalam penelitian ini penggunaan *online banking* didefinisikan sebagai kondisi nyata nasabah yang menggunakan *online banking* yang dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah dalam bertransaksi melalui *online banking*. Menurut Rigopoulos dan Askounis (2007), *actual usage* diukur berdasarkan penggunaan yang berulang-ulang dan penggunaan yang lebih sering, dalam hal ini penggunaan *internet banking*. Ditambahkan oleh Eriksson (2005) bahwa *actual usage internet banking* dapat pula diukur dengan indikator penggunaan nyata untuk transaksi bisnis, untu

transaksi pribadi, untuk transaksi tertentu, dan penggunaan untuk seluruh transaksi perbankan.

Tujuan model ini adalah untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan pengguna teknologi. Secara lebih terinci menjelaskan tentang penerimaan TI dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi diterimanya TI oleh pengguna (*user*). Model ini menempatkan faktor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu :

1. kemudahan penggunaan (*ease of use*)
2. kemanfaatan (*usefulness*)

Kedua variabel ini dapat menjelaskan aspek berperilaku pengguna. Kesimpulannya adalah model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penggunaan TI. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan TI dipengaruhi oleh kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) konstruk dari model penelitian TAM yaitu: Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use/PEOU*), Persepsi kemanfaatan penggunaan (*Perceived Usefulness/PU*), dan Sikap adopsi internet *banking* (*Attitude Toward Intenet Banking Adoption/ATT*).

2.8.2. Kelebihan dan kelemahan *Technology Acceptance Model (TAM)*

Ada beberapa hal yang menjadi kelebihan TAM menurut Jogiyanto (2007) adalah sebagai berikut:

1. TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai niat (*intention*) untuk menggunakannya.
2. TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat.
3. TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.
4. Kelebihan TAM yang paling penting adalah model ini merupakan model yang parsimoni yaitu model yang sederhana tetapi valid.

Menurut TAM persepsi kemudahan penggunaan diindikasikan mempengaruhi persepsi kegunaan. Selanjutnya persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan juga diindikasikan memiliki pengaruh terhadap sikap adopsi *internet banking* (Y).

Kesimpulannya adalah TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi informasi. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Keduanya memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang sudah teruji secara empiris (Jantan, 2001). TAM

yang dikembangkan oleh Davis (1989) juga mendapat perluasan dari para peneliti seperti Iqbaria (1994; 1997); Ferguson (1991) Chin and Todd (1995) membagi dua faktor pada variabel kegunaan yaitu; (1) kegunaan dan (2) efektifitas dengan masing-masing dimensinya sendiri.

2.9. Penelitian Terdahulu

Adapun hasil penelitian yang sebelumnya telah ada mengenai judul penelitian penulis saat ini sebagai berikut:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Davis (1998)	<i>Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology</i>	<i>Perceived usefulness, perceived ease of use</i> dan penggunaan sistem	<i>Perceived usefulness</i> dipengaruhi secara langsung oleh penggunaan saat ini ($r = 0,63$) dan mendatang ($r = 0,85$). <i>Perceived ease of use</i> juga memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan saat ini ($r = 0,45$) dan mendatang ($r = 0,59$). Selain itu, dijelaskan pula bahwa <i>perceived usefulness</i> memiliki korelasi yang lebih besar pada penggunaan dibandingkan dengan <i>perceived ease of use</i> .

Lanjutan Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
2	Haneen A., Hani A. & Zu'bi M.F. (2014)	Faktor-Faktor Penentu Adopsi Internet <i>Banking</i> di <i>Jordan</i>	Persepsi Kemudahan penggunaan, Persepsi Kegunaan, <i>Compatibility</i> , <i>trialability</i> , demografis, keamanan.	Hasil penelitian yang dilakukan di Jordan ini menunjukkan bahwa <i>Compatibility</i> , persepsi kemudahan penggunaan, keamanan dan manfaat yang dirasakan secara positif mempengaruhi adopsi internet <i>banking</i> . Selain itu, penelitian ini menambahkan komponen baru dengan mempelajari efek dari semua faktor independen bersama-sama dan mengidentifikasi hubungan positif antara mereka dan adopsi internet <i>banking</i> . Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa semua kategori demografi yang diteliti telah mempengaruhi adopsi internet <i>banking</i>
3.	Hanudin Amin (2007)	Adopsi Internet <i>Banking</i> di Antara Pemuda Intelektual	Persepsi Kemudahan penggunaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kredibilitas, <i>Computer self- efficacy</i>	Hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa di Malaysia ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kredibilitas memiliki hubungan yang signifikan dengan niat perilaku. Selanjutnya, pengukuran ini merupakan penentu pada penerimaan Mahasiswa untuk internet <i>banking</i> . Hasil juga menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan penggunaan, Persepsi Kegunaan memiliki hubungan yang signifikan dengan computer <i>self- efficacy</i> .

Lanjutan Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
4.	Ki Soon Lee (2007)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Adopsi <i>Mobile Banking</i> : Sebuah Perspektif Korea Selatan	Persepsi Kemudahan penggunaan, Persepsi risiko, Kepercayaan	Dalam penelitian ini menemukan efek penghambat yang kuat dari persepsi risiko pada kepercayaan (<i>trust</i>). Hasil ini mendorong penguraian dari variabel persepsi risiko kedalam dimensi teorinya risiko dimensi risiko kinerja keuangan dibuktikan menjadi perhatian yang paling menonjol bagi masalah ini dan konteksnya. Kepercayaan juga memiliki pengaruh lebih kuat pada perilaku adopsi <i>Mobile Banking</i> dari pada persepsi kemudahan penggunaan, yang mana digunakan sebagai variabel penting dalam variabel asli TAM.
5.	Muhammad Ali, Junjie wu, Milton Yago, Haohong Li. (2014)	Pengaruh Psikografis dan Persepsi Risiko pada Adopsi <i>Internet Banking</i> : Kondisi Terkini dalam Negeri di Britania	Persepsi Kemudahan penggunaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi risiko privasi Persepsi risiko keamanan Persepsi risiko kinerja Persepsi risiko keuangan Persepsi risiko sosial	Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan secara konsisten memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan adopsi <i>Internet Banking</i> sedangkan pengguna <i>Internet Banking</i> ini secara khusus memperhatikan risiko keamanan, risiko privasi dan risiko keuangan yang terkait dengan mengadopsi jasa <i>Internet Banking</i> . Namun, risiko sosial tidak memiliki dampak signifikan pada keputusan mereka untuk mengadopsi <i>Internet Banking</i> . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang berhubungan dengan teknologi

Lanjutan Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
				tradisional masih relevan namun menjadi hambatan psikologis, terutama persepsi risiko memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap sikap konsumen terhadap Internet <i>Banking</i> .
6	Hadyan Farizi Syaefullah (2014)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>	Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan penggunaan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan <i>internet banking</i> . Sebaliknya, konstruk persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan <i>internet banking</i> . Hal ini berarti bahwa minat untuk menggunakan layanan <i>internet banking</i> dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi risiko, dan kepercayaan. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak manajemen bank dan analisis <i>internet banking</i> agar memperhatikan persepsi kegunaan, persepsi risiko, dan kepercayaan dalam menerapkan dan mengembangkan layanan <i>internet banking</i> pada sistem perbankannya.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa TAM yang digunakan dalam tiap penelitian berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan,

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

2.10 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah alur berpikir yang disusun secara singkat untuk menjelaskan bagaimana sebuah penelitian tindakan kelas dilakukan dari awal, proses pelaksanaan hingga akhir. Internet banking merupakan suatu inovasi sistem perbankan yang menawarkan kemudahan kepada para nasabah bank untuk melakukan transaksi jasa keuangan non-tunai dalam suatu lingkungan semu melalui jaringan internet.

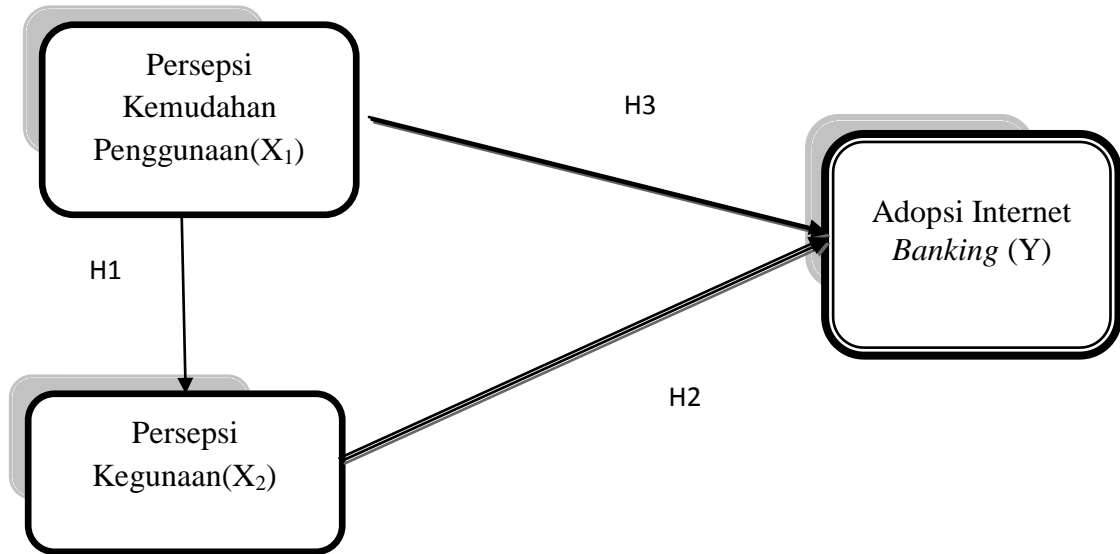
Technology Acceptance Model (TAM), merupakan model yang populer dan banyak digunakan dalam berbagai penelitian mengenai proses adopsi teknologi informasi termasuk *internet banking*. Kesederhanaan (*parsimony*) dan kemampuan

menjelaskan (*explanatory power*) hubungan sebab akibat merupakan alasan utama penggunaan model TAM. Model TAM dibentuk dari 2 keyakinan individual, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (X_1) dan persepsi kegunaan (X_2) yang menjadi sumber utama kerangka penelitian ini.

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

Demikian pula, ketika nasabah (pengguna) memiliki persepsi tentang kemudahan penggunaan produk tersebut untuk digunakan, maka kemungkinan sikap positif dalam mengadopsi produk tersebut menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hal ini, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan diasumsikan menjadi dua variabel eksternal yang mempengaruhi sikap pengguna dalam menerima alat-alat teknologi informasi. Dan juga persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi persepsi kegunaan.

Berdasarkan konsep tersebut maka disusun kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran

2.11 Hipotesis

Dengan demikian, dapat disusun hipotesis sebagai berikut.

- H1 : Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use /PEOU*) berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness /PU*)
- H2 : Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness /PU*) berpengaruh terhadap sikap adopsi internet banking (*Attitude toward internet banking adoption/ATT*)
- H3 : Persepsi kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use /PEOU*) berpengaruh terhadap sikap adopsi layanan Internet banking (*Attitude toward internet banking adoption/ATT*)

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono 2011). Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif karena tujuannya adalah untuk menjelaskan hubungan korelasional antara variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Bungin (2008) penelitian eksplanatori dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh satu variabel dengan variabel lain, Penelitian ini mencari pengaruh satu variabel dengan variabel lain sehingga termasuk penelitian eksplanatori. Selain itu, penelitian ini merupakan penelitian survei karena dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok. Adapun unit analisis yang diteliti adalah adopsi internet *banking* di Universitas Lampung. Selain itu, *time horizon* yang dipakai adalah *Cross Sectional* yang menurut Sekaran (2006) adalah penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali (yang dilakukan periode hari, minggu, atau bulan) untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada lingkungan Universitas Lampung di Jalan Prof. Soemantri Brodjonegoro No.1 Bandar Lampung. Adapun alasan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan Universitas Lampung merupakan salah satu Universitas negeri unggulan di wilayah Lampung yang mana masih sangat sedikit mahasiswanya yang menjadi nasabah suatu bank mengadopsi layanan internet *banking*.

3.3. Populasi

Pengertian populasi menurut Neuman yang dikutip oleh Koentjoro (2010) populasi adalah suatu kelompok individu besar dari kesatuan sampel yang hendak diteliti. Populasi juga dikenal dengan istilah *universe* yang berarti keseluruhan objek, elemen, atau unsur atributnya yang akan diteliti. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa di Universitas Lampung yang menjadi nasabah bank dan mengadopsi layanan internet *banking*.

3.4. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan dilibatkan dalam penelitian yang merupakan bagian yang *representative* dan merepresentasikan karakter dari populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008). Pertimbangan sampel dalam penelitian yaitu semua nasabah bank di Universitas Lampung yang mengadopsi layanan

internet *banking*, sedangkan nasabah bank di Universitas Lampung yang tidak mengadopsi layanan internet *banking* tidak termasuk dalam sampel penelitian.

Besaran sampel sebanyak 100 responden sudah dapat dikatakan layak untuk digunakan dalam sebuah penelitian kuantitatif. Jumlah populasi tidak diketahui, maka sampel ditentukan oleh peneliti sebanyak 100 responden. Kriteria ini sudah sesuai menurut Sugiyono (2011). Selain itu untuk analisis menggunakan *SmartPLS* cukup dibutuhkan sampel maksimal 100.

3.5. Jenis dan Sumber data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan menunjukkan nilai terhadap besaran/variable yang diwakilinya.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diambil serta dicatat untuk pertama kalinya. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini seperti data identitas responden.
2. Data Sekunder, yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini seperti buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan, mengumpulkan bahan-bahan dan informasi mengenai teori dan konsep guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan variable penelitian, melalui dokumen tertulis berupa buku dan bahan tertulis lainnya.
2. Kuesioner (angket), adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar isian atau daftar pertanyaan yang telah disiapkan dan disusun sedemikian rupa sehingga calon responden hanya tinggal mengisi atau menandainya dengan mudah dan cepat. Kuesioner-kuesioner tersebut akan diberikan langsung atau diupload di website *google form* dan memberikan *link* nya kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan kriteria sebagai berikut:

TABEL 3.1 Skala likert

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat tidak setuju	STS	1
2	Tidak setuju	TS	2
3	Cukup setuju	CS	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat setuju	SS	5

3.6 Variabel Penelitian

Berdasarkan pada model penelitian yang digunakan adalah model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Maka variabel dan definisi dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Variabel Independen (Variabel Eksogen): Variabel Independen dalam penelitian ini berdasarkan pada model TAM adalah persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefull*)
2. Variabel Dependen (Variabel Endogen): Variabel dependen (endogen) dalam penelitian ini berdasarkan model TAM adalah sikap terhadap adopsi internet *banking*.

3.7 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah penjelasan mengenai arti suatu konsep (Indrianto dan Supono, 1999). Definisi ini menunjukkan bahwa teori merupakan kumpulan *construct/concept* (konsep), *definition* (definisi), dan *proportion* (proporsi) yang menggambarkan suatu fenomena yang terjadi secara sistematis melalui penentuan hubungan antara variabel. Definisi Konseptual dari variabel penelitian ini, yaitu:

1. Persepsi kemudahan penggunaan (X_1), didefinisikan sebagai suatu tingkat kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha secara fisik dan mental (Gardner & Amoroso, 2004). Menurut Goodwin (1987); Silver (1988); dalam Adam, et al. (1992), intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (user) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari

komputer. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan teknologi informasi (secara manual). Pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya (compatible) sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat kepercayaan nasabah di Universitas Lampung bahwa mengadopsi internet *banking* akan membebaskan mereka dari usaha ekstra dalam mengerjakan tugas mereka.

2. Persepsi kegunaan (X_2) adalah sejauh mana individu percaya bahwa dengan menggunakan teknologi dapat membantu meningkatkan kinerja tugasnya (Gardner & Amoroso, 2004). Menurut Thompson, et al. (1991) kegunaan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugasnya. Pengukuran kegunaan tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas/keragaman aplikasi yang dijalankan. Thompson, et al. (1991) juga menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui manfaat positif atas penggunaannya. Persepsi kegunaan dalam penelitian ini diartikan sebagai suatu tingkat nasabah bank di Universitas Lampung percaya bahwa mengadopsi internet *banking* akan membantu meningkatkan kinerja mereka.
3. Sikap Adopsi Internet *Banking* (Y) merupakan cerminan dari perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu sistem informasi (Davis et al., 1989). Melone (1960) mengartikan attitude sebagai sebuah kecenderungan untuk member

tanggapan secara menyenangkan atau tidak menyenangkan pada sebuah system komputer, aplikasi atau sebuah proses yang berhubungan penggunaan suatu system atau aplikasi. Sikap Adopsi Internet *Banking* dalam penelitian ini diartikan sebagai perasaan suka atau tidak suka nasabah di Universitas Lampung terhadap adopsi internet *banking*

3.8 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2009) definisi operasional variabel adalah batasan pengertian tentang variabel yang diteliti yang di dalamnya adalah mencerminka indikator-indikator yang akan digunakan untuk mengukur indikator-indikator yang bersangkutan.

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

Variable	Definisi Operasional	Item-item	Skala
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X)	Tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha	1) Mudah dipelajari, 2) Terkendali, 3) Jelas dan dapat dimengerti, 4) Fleksibel, 5) Mudah untuk menjadi terampil, 6) Mudah untuk digunakan.	<i>Likert</i>

Lanjutan Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

Variable	Definisi Operasional	Item-item	Skala
Persepsi Kegunaan (X)	Tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya	<ol style="list-style-type: none"> 1) Bekerja lebih cepat, 2) Prestasi kerja, 3) Meningkatkan produktivitas, 4) Efektivitas, 5) Membuat pekerjaan lebih mudah, dan 6) Berguna. 	<i>Likert</i>
Sikap terhadap Adopsi Internet Banking(Y)	Reaksi perasaan menyeluruh dari individual untuk menggunakan sistem	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kenyamanan interaksi 2) Menikmati penggunaan 3) Tidak membosankan 4) Senang menggunakan 	<i>Likert</i>

3.9. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang diadopsi dari Jogiyanto (2007). Kuesioner yang diadopsi dari jogiyanto tersebut terdiri dari beberapa adaptasian peneliti terdahulu. Kuesioner untuk variabel persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) diukur dengan menggunakan masing-masing enam item pernyataan. Selain itu, kuesioner untuk variable sikap adopsi internet *banking* diukur dengan menggunakan empat item pernyataan. Adapun teknik pengukuran instrumen pada penelitian ini akan menggunakan

skala *Likert*, setiap pertanyaan diberikan lima jawaban yang berbeda-beda. Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian, instrumen penelitian harus memiliki tingkat kesahihan (validitas dan reliabilitas). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS).

3.10. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian sangat kecil, adanya data yang hilang (*missing values*) dan multikolinearitas (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM berbasis kovarian bertujuan untuk mengestimasi model untuk pengujian atau konfirmasi teori, sedangkan SEM varian bertujuan untuk memprediksi model untuk pengembangan teori. Karena itu PLS merupakan alat prediksi kausalitas yang digunakan untuk pengembangan teori. Selain dapat digunakan untuk pengembangan teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten.

Disamping itu, PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Model indikator reflektif mengasumsikan bahwa kovarian di antara pengukuran dijelaskan oleh varian yang merupakan manifestasi dari konstruk latennya. Lebih lanjut, Ghazali (2006) dalam Kalnadi (2013) menjelaskan bahwa PLS adalah metode analisis

yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil.

3.10.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ditujukan untuk memberikan gambaran tentang demografi responden penelitian dan gambaran tentang variabel-variabel penelitian untuk mengetahui distribusi frekuensi absolut yang menunjukkan angka rata-rata (*mean*) kisaran aktual, penyimpangan baku (*standard deviation*), dan kecenderungan jawaban responden.

3.10.2. Statistik Inferensial

Statistik inferensial, (*statistic induktif* atau *statistic probabilitas*), adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2009). Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*) untuk menguji hipotesis.

Menurut Jogiyanto dan Abdillah (2009), PLS (*Partial Least Square*) menggunakan metoda *principle component analysis* dalam model pengukuran, yaitu blok ekstraksi varian untuk melihat hubungan indikator dengan konstruk latennya dengan menghitung total varian yang terdiri atas varian umum (*common variance*), varian spesifik (*specific variance*) dan varian error (*error variance*). Sehingga total varian menjadi tinggi. Metoda ini merupakan salah satu dari metode dalam *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

Metode ini tepat digunakan untuk reduksi data, yaitu menentukan jumlah faktor minimum yang dibutuhkan untuk menghitung porsi maksimum total varian yang direpresentasi *dalam* seperangkat variabel asalnya. Metode ini digunakan dengan asumsi peneliti mengetahui bahwa jumlah varian unik dan varian *error* dalam total varian adalah sedikit. Metode ini lebih unggul karena dapat mengatasi masalah *indeterminacy*, yaitu skor faktor yang berbeda dihitung dari model faktor tunggal yang dihasilkan dan *admissible* data, yaitu ambiguitas data karena adanya varian unik dan varian *error*.

3.10.2.1. *Outer Model*

Outer Model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas, parameter model pengukuran (*Convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*) termasuk nilai R^2 sebagai parameter ketepatan model prediksi (Jogiyanto dan Abdillah, 2009) oleh karena itu model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrument. *Outer model* sering juga disebut *outer relation* atau *measurement model* yang mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Blok dengan indikator refleksif dapat ditulis persamaannya sebagai berikut:

1. Untuk variabel Persepsi kemudahan penggunaan (reflektif)

$$x_1 = \lambda_{x1}\xi_1 + \delta \quad \dots\dots\dots 3.1$$

$$x_2 = \lambda_{x2}\xi_1 + \delta_2 \quad \dots\dots\dots 3.2$$

$$x_3 = \lambda_{x3}\xi_1 + \delta_3 \quad \dots\dots\dots 3.3$$

$$x_4 = \lambda_{x4}\xi_1 + \delta_4 \dots\dots\dots 3.4$$

$$x_5 = \lambda_{x5}\xi_1 + \delta_5 \dots\dots\dots 3.5$$

$$x_6 = \lambda_{x6}\xi_1 + \delta_6 \dots\dots\dots 3.6$$

2. Untuk variabel Persepsi kegunaan (formatif)

$$\xi_2 = \lambda_{x7} X_7 + \delta_7 \dots\dots\dots 3.7$$

$$\xi_2 = \lambda_{x8} X_8 + \delta_8 \dots\dots\dots 3.8$$

$$\xi_2 = \lambda_{x9} X_9 + \delta_9 \dots\dots\dots 3.9$$

$$\xi_2 = \lambda_{x10} X_{10} + \delta_{10} \dots\dots\dots 3.10$$

$$\xi_2 = \lambda_{x11} X_{11} + \delta_{11} \dots\dots\dots 3.11$$

$$\xi_2 = \lambda_{x12} X_{12} + \delta_{12} \dots\dots\dots 3.12$$

3. Untuk variabel sikap adopsi internet *banking* (reflektif)

$$y_1 = \lambda_{y1}\eta_1 + \varepsilon_1 \dots\dots\dots 3.13$$

$$y_2 = \lambda_{y2}\eta_1 + \varepsilon_2 \dots\dots\dots 3.14$$

$$y_2 = \lambda_{y3}\eta_1 + \varepsilon_3 \dots\dots\dots 3.15$$

Dimana x dan y adalah indikator variabel untuk variabel laten exogen dan Endogen ξ dan η , sedangkan λ_x dan λ_y merupakan matrix loading yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan variabel laten

dengan indikatornya. Residual yang diukur dengan dengan ε_x dan ε_y dapat diinterpretasikan sebagai kesalahan pengukuran.

1. *Convergent Validity*

Uji Validitas yang dimaksud adalah pengujian terhadap indikator dalam variabel laten untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini benar-benar mampu dipahami dengan baik oleh responden sehingga responden tidak mengalami kesalahpahaman terhadap indikator yang digunakan.

Convergent validity dari *measurement model* dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor variabelnya (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai *loading* $> 0,5$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran tersebut memenuhi kriteria.

Convergent validity dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara *item score* atau *component score* dengan *construct score*) yang dihitung dengan smartPLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur

2. *Discriminant validity*

Discriminant validity dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Model mempunyai *discriminant validity* yang cukup jika akar *average variance extracted* (AVE)

untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model (Chin, 1997 dalam Jogiyanto dan Abdillah, 2009).

Berikut rumus untuk menghitung AVE:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \text{ivar}(\epsilon_i)} \quad \dots\dots\dots 3.16$$

Dimana λ_i adalah faktor loading (*convergent validity*), dan $\epsilon_i = 1 - \lambda_i^2$. Ini dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas dan hasilnya lebih konservatif. dibandingkan dengan nilai *composite reliability (PC)*..

Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara variabel lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3. Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
<i>Convergent</i>	<i>Loading factor</i> <i>Average variance extracted (AVE)</i> <i>Communality</i>	> 0,7 > 0,5 > 0,5
<i>Discriminant</i>	Akar AVE dan korelasi variabel laten <i>Cross loading</i>	Akar AVE > Korelasi variabel laten > 0,7 dalam satu variable

Sumber: Diadaptasi dari Chin (1995) dalam Jogiyanto dan Abdillah (2009)

Pada pengujian validitas awal, sample yang digunakan hanya sebanyak 30 responden yang menunjukkan hasil melalui pengukuran *outer loading* didapatkan

dua variable yang tidak memenuhi kriteria (*rule of thumb*) yaitu variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived of Ease Used/PEOU*) dan Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness/PU*) sehingga dikeluarkan dan tidak diikutsertakan pada uji selanjutnya.

Hasil dari uji validitas terhadap 16 item pertanyaan kuesioner yang dilakukan pada 30 responden adalah sebagaimana terdapat di table 3.4. berikut:

Table 3.4. Hasil Uji Validitas Awal

<i>Measurement Model</i>	Hasil		Nilai Kritis	Evaluasi Model
Outer Model				
Convergent Validity	Variabel	AVE		
	PEOU	0.308428	>0.5	Tidak Valid
	PU	0.496435		Tidak Valid
	ATT	0.679087		Valid
Discriminant Validity	Indikator	Cross Loading		
	PEOU1	0.687845	>0.5	Valid
	PEOU2	0.476571		Tidak Valid
	PEOU3	0.560093		Valid
	PEOU4	0.594386		Valid
	PEOU5	0.612333		Valid
	PEOU6	0.285215		Tidak Valid
	PU1	0.693816		Valid
	PU2	0.544834		Valid
	PU3	0.701519		Valid
	PU4	0.370611		Tidak Valid
	PU5	0.38933		Tidak Valid
	PU6	0.53971		Valid
	ATT1	0.730448		Valid
	ATT2	0.653637		Valid
	ATT3	0.724541		Valid
	ATT4	0.707097		Valid

Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2015

Pengujian validitas akhir selanjutnya dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan hasil valid dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden berikut

menunjukkan hasil uji validitas akhir. dapat menaikkan skor pengukuran model (*outer loading*). Pada tabel 3.4. berikut menunjukkan hasil dari uji validitas akhir

Table 3.4. Hasil Uji Validitas Akhir

<i>Measurement Model</i>	Hasil		Nilai Kritis	Evaluasi Model
Outer Model				
Convergent Validity	Variabel	AVE		
	PEOU	0.695957	>0.5	Valid
	PU	0.714907		Valid
	ATT	0.608387		Valid
Discriminant Validity	Indikator	Cross Loading		
	PEOU1	0.566772	>0.5	Valid
	PEOU3	0.674127		Valid
	PEOU4	0.640305		Valid
	PEOU5	0.655430		Valid
	PU1	0.728703		Valid
	PU2	0.609250		Valid
	PU3	0.716838		Valid
	PU6	0.536171		Valid
	ATT1	0.709211		Valid
	ATT2	0.621459		Valid
	ATT3	0.755487		Valid
	ATT4	0.720915		Valid

Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2015

3. Composite reliability

Composite reliability adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya untuk diandalkan. Bila suatu alat dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan suatu konsistensi alat pengukur dalam gejala yang sama.

Composite reliability mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* harus lebih dari 0,7. (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Hasil uji reliabilitas awal yang dilakukan

dengan memasukan sampel sebanyak 30 responden dapat dilihat dalam tabel 3.6. berikut.

Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas Awal

Variabel	Composite Reliability	Nilai Kritis	Evaluasi Model
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU)	0.712404	> 0,7	Reliabel
Persepsi Kegunaan (PU)	0.716682		
Sikap Adopsi Internet <i>Banking</i> (ATT)	0.797410		

Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2015

Pada uji reliabilitas awal ini sesungguhnya sudah didapatkan hasil reliabel untuk ketiga variable tersebut, dimana nilai *composite reliability* yang terendah terdapat di variable Persepsi kemudahan penggunaan yaitu sebesar 0,712404. Namun dikarenakan pada uji validitas yang dilakukan sebelumnya terdapat beberapa item yang tidak memenuhi syarat valid, maka diadakan kembali uji ulang dan itu juga berdampak pada perubahan hasil uji reabilitas berikutnya. Berikut adalah nilai *composite reliability* akhir di sajikan pada tabel 3.7 di bawah ini.

Tabel 3.7. Hasil Uji Reliabilitas Akhir

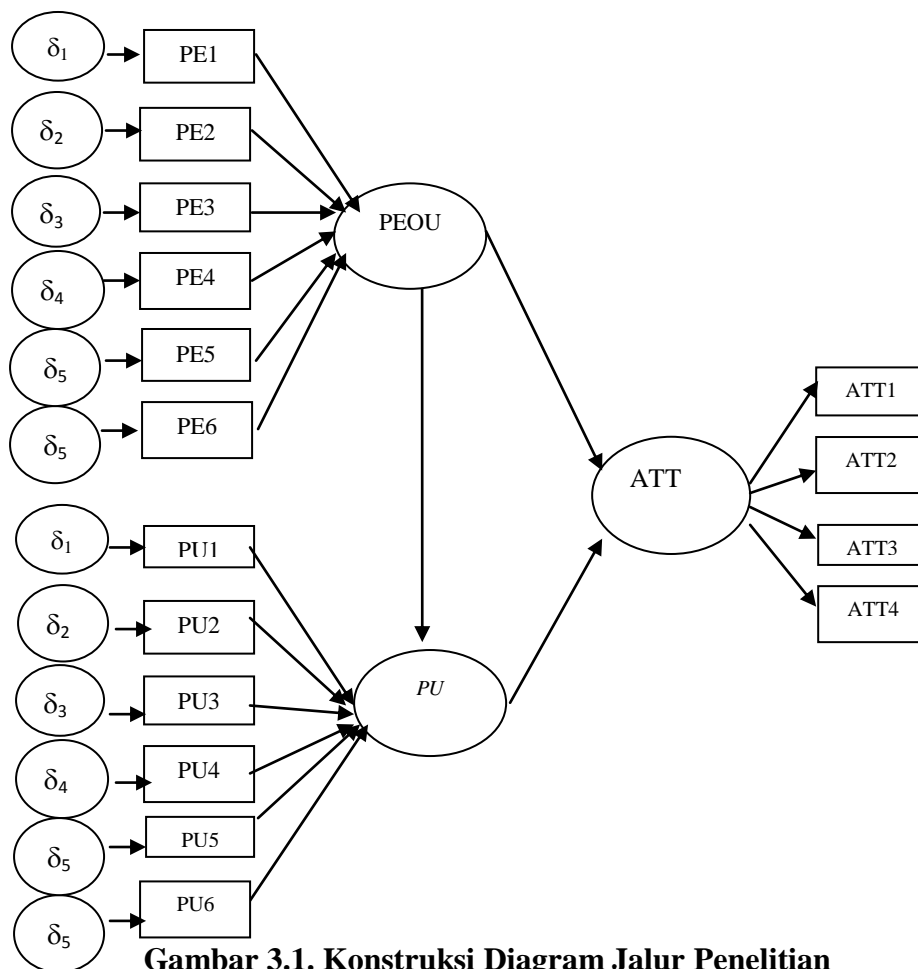
Variabel	Composite Reliability	Nilai Kritis	Evaluasi Model
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU)	0.729598	> 0,7	Reliabel
Persepsi Kegunaan (PU)	0.745107		
Sikap Adopsi Internet <i>Banking</i> (ATT)	0.795926		

Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2015

Tabel 3.7. di atas merupakan hasil dari uji reabilitas akhir yang dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden menunjukkan bahwa nilai *composite*

reliability untuk semua variabel adalah di atas 0,7 yang menunjukkan bahwa semua variabel pada model yang diestimasi memenuhi kriteria reliabel. Nilai *composite reliability* yang terendah adalah sebesar 0.729598 pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) dan nilai *composite reliability* yang tertinggi adalah sebesar 0,795926 pada variabel Sikap Adopsi Internet Banking (ATT).

3.10.3. Konstruksi Diagram Jalur



Gambar 3.1. Konstruksi Diagram Jalur Penelitian
Sumber: Konsep & Aplikasi PLS

Keterangan :

PE : Variabel laten eksogen

PE1	: mudah dipelajari
PE2	: Terkendali
PE3	: jelas dan dapat dimengerti
PE4	: flexibel
PE5	: mudah untuk menjadi terampil
PE6	: mudah untuk digunakan.
PU	: variable laten eksogen
PU1	: bekerja lebih cepat
PU2	: prestasi kerja
PU3	:meningkatkan produktivitas
PU4	:efektivitas
PU5	: membuat pekerjaan lebih mudah
PU6	: berguna
ATT	: variable laten endogen
ATT1	: kenyamanan interaksi
ATT2	: menikmati penggunaan
ATT3	: tidak membosankan
ATT4	: Senang menggunakan
ξ	: <i>Ksi, variabel latent eksogen</i>
η	: <i>Eta, variabel laten endogen</i>
λ_x	: <i>Lamnda (kecil), loading faktor variabel latent eksogen</i>
λ_y	: <i>Lamnda (kecil), loading faktor variabel latent endogen</i>
γ	: <i>Gamma (kecil), koefisien pngruh var. eksogen terhadap endogen</i>
ζ	: <i>Zeta (kecil), galat model</i>
δ	: <i>Delta (kecil), galat pengukuran pada variabel laten eksogen</i>
ε	: <i>Epsilon (kecil), galat pengukuran pada variabel latent endogen</i>

3.10.2.2 Inner Model

Inner model bertujuan untuk menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk laten satu dengan konstruk laten lainnya. Model struktural dalam *SmartPLS* dievaluasi dengan menggunakan R^2 untuk konstruk dependen, nilai koefisien *path* atau *t-value* tiap *path* untuk uji signifikan antar konstruk dalam model struktural. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Adapun skor atau nilai T-statistik, harus lebih dari 1,96. Persamaan *Inner Model*

$$\eta = \gamma_1\xi_1 + \gamma_2\xi_2 + \gamma_3\xi_3 + \gamma_4\xi_4 + \zeta_1 \dots\dots\dots 3.17$$

Keterangan :

η = konstruk laten endogen

ξ = kontrak laten eksogen

ζ = Inner Model residual matrix

Selain itu menurut Vincenzo (2010) Uji pada model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruk laten. Ada beberapa uji untuk model structural yaitu:

- a. *R Square* pada konstruk endogen. Nilai *R Square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Chin (1995), nilai *R square* sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat) dan 0.19 (lemah)

- b. *Estimate for Path Coefficients*, merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten. Dilakukan dengan prosedur *Bootstrapping*.
- c. *Prediction relevance* (Q square) atau dikenal dengan Stone-Geisser's. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi dengan prosedur blinfolding. Apabila nilai yang didapatkan 0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan 0.35 (besar). Hanya dapat dilakukan untuk konstruk endogen dengan indikator reflektif.

Model struktural (*inner model*) bertujuan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Melalui proses *bootstrapping*, parameter uji *Tstatistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. Model struktural (*inner model*) dievaluasi dengan melihat *presentase variance* yang dijelaskan oleh nilai R^2 untuk variabel dependen dengan menggunakan ukuran *Stone Geisser Q-Square-Test* dan juga melihat besarnya koefisien jalur struktural. Model persamaanya dapat ditulis seperti dibawah:

$$\eta = \beta_0 + \beta\eta + r\xi + \zeta \dots\dots\dots 3.18$$

η menggambarkan *vector endogen (dependen)* variabel laten, adalah ξ *vector variabel exogen (independent)*, dan ζ adalah *vector variabel residual*. Oleh karena PLS didesain untuk model *recursive*, maka hubungan antar variable laten, setiap variabel laten dependen η , atau sering disebut *causal chain system* dari variabel laten dapat dispesifikasikan sebagai berikut:

$$\eta = \sum_i \beta_j \eta_i + \sum_i Y_j b + \zeta_j \dots\dots\dots 3.19$$

β_j i dan $Y_j b$ adalah koefisien jalur yang menghubungkan prediktor endogen dan variabel laten exogen ξ dan η sepanjang range indeks i dan b , dan ζ_j adalah inner residual variabel. Jika hasil menghasilkan R^2 lebih besar dari 0,2 maka dapat diinterpretasikan bahwa *predictor* laten memiliki pengaruh besar pada level struktural.

R-square model PLS dapat dievaluasi dengan melihat *Q-square predictive relevance* untuk model variabel. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Namun, jika hasil perhitungan memperlihatkan nilai nilai *Q-square* lebih dari 0 (nol), maka model layak dikatakan memiliki nilai prediktif yang relevan, dengan rumus sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2) \dots\dots\dots 3.20$$

Dengan :

1. R_1^2 , R_2^2 ... R_p^2 adalah *R-square* variabel endogen dalam model
2. Interpretasi Q^2 sama dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur (mirip dengan R^2 pada regresi)

3. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran Q^2 ini setara dengan koefisien determinasi total.

3.10.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan dan pengaruh yang terjadi antar variabel eksogen (persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan) terhadap variabel endogen (sikap terhadap adopsi internet *banking*) yang dilakukan dengan alat analisis *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran (*outer model*) sekaligus pengujian model struktural (*Inner model*). *Outer model* digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan *inner model* digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi) (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Evaluasi model structural pertama adalah hubungan antara konstruk eksogen dengan konstruk endogen dapat dilihat melalui uji $T_{\text{statistic}}$ dan koefisien jalur struktural.

Ferdinand (2000) menjelaskan bahwa ketentuan untuk dapat menerima atau menolak H_0 dapat didasarkan pada perbandingan t_{hitung} dan T_{tabel} . Jika nilai $T_{\text{statistik}}$ lebih besar dari T_{tabel} , maka hubungan antar variabelnya signifikan dan dapat dianalisis lebih lanjut. Analisis PLS yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan program *SmartPLS versi 2.0*. yang dijalankan dengan media komputer. Kemudian untuk menguji hipotesis digunakan Uji t dengan rumus, yaitu:

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= n-k-1 \\
 &= 100 - 3 - 1 \\
 &= 96
 \end{aligned}$$

N merupakan jumlah sample dan k merupakan jumlah variable endogen dan eksogen. Maka didapatkan Nilai T_{tabel} untuk tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dan *degree of freedom* (df) = 96 adalah 1.98498, untuk daftar T-tabel dapat di lihat pada lampiran 7.

Selanjutnya berdasarkan tujuan-tujuan penelitian, maka rancangan uji hipotesis yang dapat dibuat merupakan rancangan uji hipotesis dalam penelitian ini disajikan berdasarkan tujuan penelitian.

a. Hipotesis Pertama

Ha diterima apabila:

1. Uji t : $t_{\text{hitung}} > t_{\text{Tabel}}$
2. *Path coefficient* (koefisien parameter jalur), menunjukkan sifat korelasi/ hubungan antar variabel laten (positif/negatif). *Perceived Ease of Use* (Persepsi kemudahan penggunaan) dan *Perceived of usefulness* (Persepsi Kegunaan) berpengaruh secara positif atau negatif terhadap adopsi internet *banking*

Ho diterima apabila:

1. Uji t : $t_{\text{hitung}} < t_{\text{Tabel}}$
2. *Path coefficient* (koefisien parameter jalur), menunjukkan sifat korelasi/hubungan antar variabel laten (positif/negatif). *PerceivedEase of Use*

(Persepsi kemudahan penggunaan) dan *Perceived of Usefulness* (Persepsi Kegunaan) berpengaruh secara positif atau negatif terhadap adopsi internet *banking*

b. Hipotesis Kedua

H_a diterima apabila:

1. Uji $t : t_{hitung} > t_{Tabel}$

2. *Path coefficient* (koefisien parameter jalur), menunjukkan sifat korelasi/hubungan antar variabel laten (positif/negatif). *Perceived Ease of Use* (Persepsi kemudahan penggunaan) dan *Attitude towards Internet Banking Adoption* (Sikap Adopsi Internet *Banking*) berpengaruh secara positif atau negatif terhadap adopsi internet *banking*

H_o diterima apabila:

1. Uji $t : t_{hitung} < t_{Tabel}$

2. *Path coefficient* (koefisien parameter jalur), menunjukkan sifat korelasi/hubungan antar variabel laten (positif/negatif). *Perceived Ease of Use* (Persepsi kemudahan penggunaan) dan *Attitude towards Internet Banking Adoption* (Sikap Adopsi Internet *Banking*) berpengaruh secara positif atau negatif terhadap adopsi internet *banking*

c. Hipotesis Ketiga

H_a diterima apabila:

3. Uji $t : t_{hitung} > t_{Tabel}$

4. *Path coefficient* (koefisien parameter jalur), menunjukkan sifat korelasi/hubungan antar variabel laten (positif/negatif). *Perceived of Usefulness* (Persepsi Kegunaan) dan *Attitude towards Internet Banking Adoption* (Sikap Adopsi Internet Banking) berpengaruh secara positif atau negatif terhadap adopsi internet banking

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kajian tentang sikap adopsi internet *banking* melalui persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan ditinjau dari nasabah internet banking di Universitas Lampung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (PU). Hal ini berarti kemudahan dalam menggunakan layanan internet *banking* akan mempengaruhi sikap adopsi internet *banking* (mahasiswa Universitas Lampung) untuk menggunakan layanan tersebut karena dianggap akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.
2. Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi kemudahan (PEOU) berpengaruh secara positif terhadap sikap adopsi internet *banking* (*attitude toward internet banking adoption/ATT*). Hasil penelitian ini memberikan makna bahwa semakin baik persepsi nasabah tentang kemudahan (*perceived ease of use*) yang terbentuk maka semakin yakin pula sikap nasabah yang akan menggunakan *internet banking* (*attitude towards internet banking adoption/ATT*) dan membuktikan bahwa kemudahan penggunaan layanan

internet *banking* yang dirasakan akan menimbulkan sikap positif dari pengguna bahwa menggunakan layanan internet *banking* adalah hal yang menyenangkan dalam interaksinya.

3. Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness/PU*) berpengaruh terhadap sikap adopsi internet banking (*attitude toward internet banking adoption/ATT*). Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi manfaat yang didapatkan maka pengguna semakin puas yang akhirnya membuat sikap pengguna juga semakin meningkat terhadap layanan internet *banking*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Ruang lingkup penelitian untuk penelitian selanjutnya dapat diperluas lagi sehingga tingkat generalisasi ke populasinya bisa lebih luas.
2. Untuk hasil yang lebih akurat, sebaiknya populasi pengguna *internet banking* diketahui jumlahnya secara pasti agar sampel penelitian memang merupakan jumlah yang mewakili dari jumlah keseluruhan pengguna *internet bank*
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel eksternal lain untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan untuk mengetahui variabel lain yang mempengaruhi nasabah perbankan dalam menggunakan layanan internet *banking*, misalnya seperti variabel kepercayaan dan variabel persepsi resiko.

4. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan, signifikan terhadap sikap layanan internet *banking* dari segi kegunaan dan manfaatnya sehingga dapat membuat nasabah bank tertarik untuk menggunakan layanan internet *banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D.A., R.R. Nelson, P. A. Todd, 1992. *Perceived Usefulness, Ease of Use and Usage of Information Technology: A Replication*, *MIS Quarterly*, 16 (2), pp. 227-247.
- Ajzen, I., Fishbein, M. 1980, *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ali N, Muhammad., Junjie Wu, Milton Yago, Haohong Li. 2000. *Influence of Psychographics and Risk Perception on Internet Banking Adoption: Current State of Affairs in Britain*, *International Journal of Economics and Financial Issues*,5(2), 461-468.
- Al-Smadi, Mohammad O. 2011. *The Impact of E- Banking on The Performance of Jordanian Banks*.*Journal of Internet Banking and Commerce*, 16(2), 437-446.
- Al-Sukkar&Hasan H. 2005, *Toward a Model for the Acceptance of Internet Banking in Developing Countries*, *Information Technology for Development*, Vol. 11, No. 4, pp.381-398.
- Amin, Hanudin. 2011. *Internet Banking Adoption Among Young Intellectuals*.*Journal of Internet Banking and Commerce*, 34(6), 437-446.
- Black, N., J., Lockett, A., Ennew, C., Winklhofer, H., McKechnie, S., 2002, *Modelling Consumer Choice of Distribution Channels: an Illustration from Financial Services*, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 20, pp. 161-173
- Bradley L. and Stewart K. 2003. *Delphi Study of Internet banking*”, *MCB UP Limited* pp. 272-281.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif*. Surabaya, Airlangga University
- Chang Y.T. 2003. *Dynamics of Banking Technology Adoption: An Application to Internet Banking*, *Department of Economics*, Workshop Presentation, University of Warwick, Coventry, UK.

- Cheng, T., Lam, D., Yeung, C. 2006. *Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong. Decision Support Systems, 42, 1158-1572.*
- Corrocher, N. 2002. *Does Internet banking substitute traditional banking? Empirical Evidence from Italy, Working PaperNo 134, UniversitaCommerciale, LucigiBocconi*
- Cronbach, R.G., 1960. *Essentials of Psychological Testing, 2nd edition, Harper and Row Company, New York.*
- Dandapani, K., Karels, G. V., & Lawrence, E. R. 2006. *Internet banking services and credit union performance. Managerial Finance, 34(6), 437-446.*
- David T. Bourgeois. 2009. *Information Systems for Business and Beyond.* Washington DC. Saylor Foundation.
- Davis, F. 1989. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319-340.*
- Diniz, E. 1998. *Web Banking in USA. Journal of Internet Banking and Commerce, Vol. 3, No. 2.*
- Eriksson, L., Koivo, H. N. 2005. *Tuning of Discrete-Time PID Controllers in Sensor Network based Control Systems, in Proc. 2005 IEEE International Symposium on Computational intelligence in Robotics and Automation (CIRA2005), Espoo, Finland, June 27-30, 2005, 6 p.*
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen.* Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2003. *Metode Penelitian Manajemen.* Semarang. CV. Indoprint.
- Gardner, C., dan Amoroso D.L. 2004. *Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by consumer," Proceedings of the 37th Hawaii International Convergence on system Sciences.*
- Gerald, Fitz. 2001, *Analisis dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis,* Yogyakarta, Andi Offset
- Gerrard, P., Cunningham, J.B. 2003. *The diffusion of Internet banking among Singapore consumers. International Journal of Bank Marketing, 21(1), 16-28.*

- Goldsmith, R., Hofacker, C., 1991. Measuring consumer innovativeness. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19, 3, 209-221
- Goodhue, D.L. 1995. Understanding User Evaluation of Information System. *Management Science*. pp. 1827-1844.
- Guriting, P., Ndubisi, N. 2006. *Borneo online banking: Evaluating customer perceptions and behavioral intention. Management Research News*, 29(1/2), 6-15.
- Haag, S and Keen P, 1996. *Information Technology, Tomorrow's Advantage Today*, McGraw-Hill,.
- Hall, James, A. 2007. *Sistem Informasi Akuntansi. Edisi Ketiga*, Terjemahan Amir Abadi Yusuf, Salemba Empat, Jakarta.
- Handayani, dkk. 2007. *Studi Korelasi Motivasi Penggunaan Pemanfaatan Koleksi CD-ROM di UPT Pusat Perpustakaan UII Yogyakarta. Jurnal Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Vol III no. 7. Yogyakarta. Universitas Gadjah Mada.*
- Haneen A. Abu-Assi1, Hani H. Al-Dmour1 & Zu'bi M.F. Al-Zu'bi1. 2014. *Determinants of Internet Banking Adoption in Jordan International Journal of Business and Management*. 9(12)
- Hoppe, Rudi., Paul Newman., dan Pauline Muger. 2001. *Factors Affecting the Adoption of Internet banking in South Africa: a Comparative Study, ER Project, in Partial Fullfillment of the Requirements for The Course on Information Systems Honours (INF 414 W).*
- Igbaria, M., Zinatelli, N., Cragg, P., dan Cavaye, L. M. 1997. *Personal computing acceptance factors in small firms: A structural equation model. MIS Quarterly*, 21(3), 279-302.
- Jantan, T. Ramayah, Chin Weng Wah. 2001. *Personal Computer Acceptance by Small and Medium sized Companies Evidences from Malaysia. Jurnal Manajemen dan Bisnis, No 1 Vol 3, Program Magister Manajemen Universitas Syiah Kuala (UNSYIAH), Banda Aceh.*
- Jayawardhena, C. and Foley, P. 2000. *Overcoming Constraints on Electronic Commerce: Internet Payment Systems" Journal of General Management, Vol. 24, No. 2, pp. 19-35.*
- Jogiyanto, & Abdillah, Willy. 2009. *Konsep Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta. Penerbit Andi..

- Jogiyanto. 2009. *Sistem Teknologi Informasi Edisi 3*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta. Andi-Yogyakarta.
- Karjaluto, H., Mattila, M., Pento, T. 2002. *Factors underlying attitude formation towards online banking in Finland*. *International Journal of Bank Marketing*, 20(6), 261-272.
- Koentjoro. 2010. *Metode penelitian kualitatif*. Unpublished Manuscript. Yogyakarta: Fak. Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Kusuma, H., dan Susilowati, D. 2007. *Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta*. *JAAI Volume 11 No. 2, Desember*.
- Lee, Ki Soon. 2011. *Factors Influencing the Adoption Behavior of Mobile Banking: A South Korean perspective*. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 34(6), 437-446.
- Lin, J. C., J.L. Hu & K.L. Sung. 2005. *The effect of Electronic Banking on the Cost efficiency of commercial banks: an empirical study*. *International Journal of Management*.
- Maholtra P. and Singh B. 2007. *Determinants of Internet banking adoption by banks in India*, *Emerald Internet Research Vol. 17, No. 3, pp. 323-339*.
- McKechnie, S., Winklhofer, H., Ennew, C., 2006. *Applying the Technology Acceptance Model to the online retailing of financial services*. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 34, 4/5, 388-410
- Milchrahm, Elisabeth. 2003. *Modelling the acceptance of Information Technology* Februari 6, 2006. http://www.inforum.cz/inforum/2003/prispevky/milchrahm_elisabeth.pdf
- Mukherjee, A. and Nath, P. 2003. *A Model of Trust in Online Relationship Banking*. *The International Journal of Bank Marketing Bradford*, 21 (1), <http://proquest.com>.
- Mulyadi, 2001. *Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga, Cetakan ketiga*, Jakarta, Salemba Empat,
- Mulyanto, Agus. 2009. *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Nath R. and Shrick P. and Parzinger M. 2001. *Bankers Perspectives on Internet Banking*, *e-Service Journal*, Indiana University Press.

- O'Brien, James A. 2005. *Pengantar Sistem Informasi : Persepektif Bisnis dan Manajerial. (12th edition) Salemba edition.* Jakarta. Salemba Empat.
- Polasik, M., Wisniewski, T.P. 2009, *Empirical analysis of internet banking adoption in Poland. International Journal of Bank Marketing, 27(1), 32-52.*
- Raharjo, Budi. 2001. *Aspek Teknologi dan Keamanan dalam Internet Banking.* <http://www.indocisc.com>. Version 1.1, 2001.
- Rigopoulos, George., Dimitrios Askounis. 2007. *A TAM Framework to Evaluate User's Perception Toward Online Electronic Payments. Journal of Internet Banking and Commerce, Desember, Vol. 12, No. 3, pp. 1-5.*
- Riswandi, Budi Agus. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking.* Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Rogers, Everett M., & Floyd Shoemaker 1971. *Communication of Innovation A Cross Cultural Approach.* New York. The Free Press.
- Rotchanakitumnuai S and Speece M. 2003. *Barriers to internet banking adoption: a qualitative study among corporate customers in Thailand, International Journal of Bank Marketing, Vol. 21, No. 6, pp 312-323 MCB UP Limited.*
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1,* Jakarta: Salemba Empat.
- Sidharta. Lani. 1996. *Internet Informasi Bebas Hambatan.* Jakarta. PT. Elex Media Komputindo,.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan,* Bandung, ALFABETA
- Sumra, S. H., & Manzoor, M. K. 2011. *The impact of E-Banking on the profitability of banks: a study of pakistani public sector banks. Journal of Public Administration and Governance, 1(1), 31-38.*
- Sutarman. 2009. *Pengantar Teknologi Informasi.* Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sullivan R. and Wang Z. 2005, *Internet Banking: An exploration in Technology Diffusion and Impact, Working Paper No. 05-05. Payments Systems Research Department, Federal Reserve Bank of Kansas City,*
- Syafrizal, Melwin. 2005. *Pengantar Jaringan Computer.* Yogyakarta. Yogyakarta, ANDI

- Tan, M. and Teo, T.S.H. 2000. *Factors influencing the adoption of internet banking*, *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 1 No. 1, pp. 1-42.
- Tangke, N. 2004. *Analisa Penerimaan Penerapan Komputer Mikro (KOMPUTER MIKRO) dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) pada Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) RI*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 6, No. 1, pp.10-30.
- Thompson, R.L., Higgins, C.A., and Howell, J.M. 1991. "Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization." *MIS Quarterly* 15, 1991, pp.125-143.
- Thulani, Dube. et al. 2009. *Adoption and Use of Internet Banking in Zimbabwe: An Exploratory Study*, *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 14, No.1.
- Tjini, Sartika S.A. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*. Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Venkatesh, V., Fred D. Davis (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies, *Management Science* 46(2), 186-204
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. 2003, *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Vincenzo .2010. *Handbook of Partial Least Square*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Wang, Y.S. et al. 2003. *Determinants of User Acceptance of Internet Banking: An Empirical study*, *International Journal of Service Industry Management*, Vol 14, No 5.
- Walgito, B. 2002, *Pengantar Psikologi Umum*. Ed. 3. Yogyakarta: Adi.
- Wibowo, Arif. 2006. *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan
- Wilson, David A. 1993, *Managing Information*, Oxford: Butterworth-Heinemann, Linacre House, Jordan Hill

Yahyapour, Nima. 2008. *Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System, Case of Iran, Thesis, Lulea University of Technology Division of Industrial Marketing and E-commerce.*

Internet :

<http://www.internetworldstats.com/stats3.htm#asiadiaksestanggal> 4 November 2015 padapukul 21.00

<http://www.unila.ac.id/> di aksestanggal 15 Desember 2015 padapukul 16.00