

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta adalah salah satu perguruan tinggi di Yogyakarta yang beralamat di Kampus Terpadu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Lingkar Selatan, Kasihan, Bantul, DI Yogyakarta. Pada awal berdirinya, rektor UMY dipercayakan kepada Brigjen. TNI (Purn) Drs. H. Bakri Syahid, yang saat itu sudah selesai masa tugasnya sebagai Rektor IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Rektor periode berikutnya dipercayakan kepada Ir. H. M. Dasron Hamid, M.Sc. Akan tetapi karena proses permintaan izin menteri belum selesai, maka ditunjuk seorang sesepuh Muhammadiyah, H. M. H Mawardi, menjadi rektor. Setelah turun izin menteri, ditetapkan Prof. Dr. H. Bambang Cipto, M.A. sebagai rektor UMY.

Niat untuk mendirikan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) telah ada sejak lama. Prof. Dr. Kahar Muzakkir dalam berbagai kesempatan melemparkan gagasan perlu didirikannya Universitas Muhammadiyah. Ketika Pimpinan Pusat Muhammadiyah Majelis Pengajaran meresmikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) di Yogyakarta pada tanggal 18 November 1960, secara eksplisit piagam pendiriannya mencantumkan FKIP sebagai bagian dari Universitas Muhammadiyah. Barulah pada bulan Maret 1981, melalui perjuangan yang keras beberapa aktivis Muhammadiyah.

yang gigih mencari Mahasiswa serta didukung oleh Ketua Pimpinan Pusat Muhammadiyah saat itu, K.H. A. R. Fakhruddin dan Ketua Pimpinan Wilayah Muhammadiyah DIY H. Mukhlis Abror, secara resmi didirikan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang kemudian berkembang hingga saat ini.

Pada tahun 2013, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terakreditasi "A" dengan SK BAN PT No.061/SK/BAN-PT/Ak-IV/PT/II/2013. Peningkatan kualitas SDM pengelola juga mendapat prioritas utama dalam pengembangan UMY. Oleh karena itu, setiap tahun UMY mengirimkan sekitar 20 hingga 30 tenaga pengajar untuk mengikuti studi lanjut, S2 dan S3, baik di dalam maupun di luar negeri. Adapun Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu sebagai berikut:

1. Visi

Menjadi universitas yang unggul dalam pengembangan ilmu dan teknologi dengan berlandaskan Nilai-nilai Islam untuk kemaslahatan umat.

2. Misi

- a. Meningkatkan harkat manusia dalam upaya meneguhkan nilai-nilai kemanusiaan dan peradaban.
- b. Berperan sebagai pusat pengembangan Muhammadiyah.
- c. Mendukung pengembangan Yogyakarta sebagai wilayah yang menghargai keragaman budaya.
- d. Menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengembangan masyarakat secara profesional.

e. Mengembangkan peserta didik agar menjadi lulusan yang berakhlak mulia, berwawasan dan berkemampuan tinggi dalam ilmu pengetahuan dan teknologi.

Didalam Universitas Muhammadiyah juga terdapat 8 fakultas yaitu: Fakultas Agama Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Hukum, Fakultas Isipol, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Fakultas Pertanian, Fakultas Teknik, Fakultas Pendidikan Bahasa, dan Program Vokasi/Politeknik UMY (D III). Untuk Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu: Program Studi Magister Manajemen, Program Studi Magister Studi Islam, Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan, Program Studi Magister Manajemen Rumah sakit, Program Studi Magister Keperawatan, Program Studi Magister Ilmu Hubungan Internasional, dan Program Doktor.

B. Uji Kualitas Instrumen Data

Tabel 4.1

Karakteristik Responden

Data Karakteristik	Sub Karakteristik	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Wanita	69	57%
	Pria	51	43%
	Total	120	100%
Usia	18-24 tahun	120	100%
	Total	120	100%
Lama menggunakan <i>e-banking</i>	<1 tahun	25	21%
	1-3 tahun	39	32%
	>3 tahun	56	47%
	Total	120	100%
Jenis layanan <i>e-banking</i> yang digunakan	1 layanan	59	49%
	1-3 layanan	56	47%
	>3 layanan	5	4%
	Total	120	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.1 yang menjelaskan karakteristik demografis tampak bahwa responden didominasi oleh wanita sebanyak 57%. Usia responden didominasi usia antara 18-24 tahun. Sebanyak 100% berada di kriteria usia ini. Responden yang lama menggunakan *e-banking* >3 adalah persentase tertinggi dari yang lain dengan nilai persentase 47%. Jenis layanan yang digunakan responden didominasi oleh satu jenis layanan dengan persentase sebesar 49% .

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal

(Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Peneliti menggunakan data residual karena ingin mengetahui model regresi yang digunakan normal atau tidak.

Tabel 4.2.

Hasil Uji Normalitas

Variabel Residual	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Residual	0,815	Data Berdistribusi Normal

Sumber: Data primer diolah, 2017

Nampak pada tabel 4.2 bahwa nilai data residual memiliki nilai sig. *Kolmogorov smirnov* sebesar 0,815. Residual terdistribusi normal jika nilai sig > 0,05 (Ghozali, 2006). Jadi, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu *kuesioner*. Suatu *kuesioner* dinyatakan valid jika pertanyaan pada *kuesioner* mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur untuk *kuesioner* tersebut (Ghozali, 2011). Teknik yang digunakan untuk uji validitas pada penelitian ini adalah dengan membandingkan antara nilai rhitung dengan nilai rtabel pada taraf signifikansi < 0,05.

Untuk melakukan uji validitas peneliti menggunakan analisis *Correlate Bivariate* yang dibantu oleh bantuan aplikasi SPSS 15

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan

Variabel	Item	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Persepsi Kemudahan	PK1	0.000	Valid
	PK2	0.000	Valid
	PK3	0.000	Valid
	PK4	0.000	Valid
	PK5	0.000	Valid
	PK6	0.000	Valid
	PK7	0.000	Valid
	PK8	0.000	Valid
	PK9	0.000	Valid
	PK10	0.000	Valid
	PK11	0.000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 4.3 dapat terlihat bahwa ternyata semua item persepsi kemudahan valid. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas melalui analisis *Correlate Bivariate*. Pada variabel persepsi kemudahan seluruh instrumen valid dari PK1 sampai PK11.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat

Variabel	Item	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Persepsi Manfaat	PM1	0.000	Valid
	PM2	0.000	Valid
	PM3	0.000	Valid
	PM4	0.000	Valid
	PM5	0.000	Valid
	PM6	0.000	Valid
	PM7	0.000	Valid
	PM8	0.000	Valid
	PM9	0.000	Valid
	PM10	0.000	Valid
	PM11	0.000	Valid
	PM12	0.000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 4.4 dapat terlihat bahwa ternyata semua item pada Variabel persepsi manfaat adalah valid. Peneliti melakukan uji validitas melalui analisis *Correlate Bivariate*. Seluruh instrumen valid dari PM1 sampai PM12.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas *Computer Self Efficacy*

Variabel	Item	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Computer Self Efficacy	CSE1	0.000	Valid
	CSE3	0.000	Valid
	CSE4	0.000	Valid
	CSE5	0.000	Valid
	CSE6	0.000	Valid
	CSE7	0.000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 4.5 dapat terlihat bahwa ternyata tidak semua item valid. Peneliti melakukan uji validitas melalui analisis *Correlate Bivariate*. Pada variabel *Computer Self Efficacy* instrumen valid yaitu CSE1, CSE3, CSE4, CSE5, CSE6 dan CSE7. Dan yang tidak valid ada pada item CSE2.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan *E-Banking*

Variabel	Item	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Minat Menggunakan <i>E-banking</i>	MME1	0.000	Valid
	MME2	0.000	Valid
	MME3	0.000	Valid
	MME4	0.000	Valid
	MME5	0.000	Valid
	MME6	0.000	Valid
	MME7	0.000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 4.6 dapat terlihat bahwa ternyata semua item variabel minat menggunakan *E-Banking* valid. Peneliti melakukan uji validitas melalui analisis *Correlate Bivariate*. Seluruh instrumen valid dari item MME1 sampai MME7.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu pengukuran sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam *item* dalam instrument (Sekaran, 2013). Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrument yang dipakai dalam penelitian ini andal (*reable*) atau tidak. Untuk melakukan uji validitas peneliti menggunakan *Cronbach Alpha*.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabel Variabel

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan (X1)	0.916	Reliabel
2	Persepsi Manfaat (X2)	0.939	Reliabel
3	Computer Self Efficacy (X3)	0.823	Reliabel
4	Minat Menggunakan E-banking (Y)	0.857	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.7 menjelaskan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan. Menurut Hair et al, (1998) apabila nilai *Crobach Alpha* $>0,06$ maka instrumen tersebut telah lulus uji reliabilitas atau dengan kata lain *reable*. Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,916. Hal ini menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-banking* reliabel. Variabel persepsi manfaat memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,939. Hal ini menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat reliabel. Variabel *computer self efficacy* memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,823 yang berarti reliabel. Variabel minat menggunakan *e-banking* memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,857. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat menggunakan *e-banking* reliabel.

C. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji Hipotesis)

Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan koefisien Determinasi (R²), Uji F dan Uji t. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. uji F bertujuan untuk mencari tahu apakah variabel-variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan, Uji t bertujuan untuk mencari tahu besarnya sumbangan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Berikut adalah hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS:

Tabel 4.8
Hasil Uji Hierarki

No	Model	Adjusted R square	B	t	Sig	F	Sig
1	Step 1 PK PM	0,504	0,423 0,278	4,872 3,316	0,000 0,000	41,262	0,000
2	Step 2 Moderat 1 TPKCSE Moderat 2 TPMCSE	0,973	1,552 -0,541	44,682 -3,689	0,000 0,000	862,667	0,000
3	Step 3 TPKTPM	0,975	-0,511	-3,319	0,000	783,906	0,000

Sumber: Data primer diolah, 2017

1. Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan layanan *e-banking*.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking* adalah signifikan, artinya pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *e-banking* berpengaruh positif . Sementara hasil dari Uji ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 783,906 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,050. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat menggunakan *e-banking*.

Kemudian pada tabel 4.5 diatas, kita juga dapat melihat nilai t-hitung sebesar -3,319 dengan probabilitas signifikan sebesar $0,000 < 0,005$, dapat dikatakan bahwa hasil tersebut signifikan. Hal ini berarti hipotesis 1 yang diajukan dapat diterima yaitu pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *e-banking*.

2. Persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-banking*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan terhadap minat menggunakan *e-banking* adalah signifikan, artinya pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-banking* berpengaruh positif . Sementara hasil dari Uji ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 41,262 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,050. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat menggunakan *e-banking*.

Kemudian pada tabel 4.5 diatas, kita juga dapat melihat nilai t-hitung sebesar 4,872 dengan probabilitas signifikan sebesar $0,000 < 0,005$, dapat dikatakan bahwa hasil tersebut signifikan. Hal ini berarti hipotesis 2 yang diajukan dapat diterima yaitu variabel persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-banking*. Dengan kata lain Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *e-banking*.

3. Persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking* adalah signifikan, artinya pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking* berpengaruh positif. Sementara hasil dari Uji ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 41,262 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,050. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat menggunakan *e-banking*.

Kemudian pada tabel 4.5 diatas, kita juga dapat melihat nilai t-hitung sebesar 3,316 dengan probabilitas signifikan sebesar $0,000 < 0,005$, dapat dikatakan bahwa hasil tersebut signifikan. Hal ini berarti hipotesis 3 yang diajukan dapat diterima yaitu variabel persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking*. Dengan kata lain Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *e-banking*.

4. *Computer Self Efficacy* memoderasi pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-banking*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa semua interaksi atau moderasi adalah signifikan, artinya *computer self efficacy* berhasil memoderasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-banking*. Sementara hasil dari Uji ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 862,667 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,050. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat menggunakan *e-banking*.

Kemudian pada tabel 4.5 diatas, kita juga dapat melihat nilai t-hitung sebesar 44,682 dengan probabilitas signifikan sebesar $0,000 < 0,005$, dapat dikatakan bahwa hasil tersebut signifikan. Hal ini berarti hipotesis 4 yang diajukan dapat diterima yaitu variabel *computer self efficacy* memoderasi pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-banking*. Dengan kata lain *computer self efficacy* berpengaruh signifikan dalam memoderasi persepsi kemudahan terhadap Minat Menggunakan *e-banking*.

5. *Computer Self Efficacy* memoderasi pengaruh antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking*.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa semua interaksi atau moderasi adalah signifikan, artinya *computer self efficacy* berhasil memoderasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking*. Sementara hasil dari Uji ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 862,667 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,050. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat menggunakan *e-banking*.

Kemudian pada tabel 4.5 diatas, kita juga dapat melihat nilai t-hitung sebesar -3,689 dengan probabilitas signifikan sebesar $0,000 < 0,005$, dapat dikatakan bahwa hasil tersebut signifikan. Hal ini berarti hipotesis 5 yang diajukan dapat diterima yaitu variabel *computer self efficacy* memoderasi pengaruh antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking*. Dengan kata lain *computer self efficacy* berpengaruh signifikan dalam memoderasi persepsi manfaat terhadap Minat Menggunakan *e-banking*.

D. Pembahasan

1. Hasil Uji Hipotesis 1

Hasil pengujian signifikansi pada persepsi kemudahan dan persepsi manfaat menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut membuktikan bahwa hipotesis satu diterima,

berarti ada pengaruh antara persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking*.

Penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Yoon C. Cho (2012) menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to shop online*.

2. Hasil Uji Hipotesis 2

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut membuktikan bahwa hipotesis dua diterima, berarti ada pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-banking*.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Goodwin dan Silver dalam Adam *et al.* (1992: 229) bahwa 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.

Selain itu hasil Penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Pikkarainen *et al.* (2004). Hasil penelitian Pikkarainen *et al.* (2004) menyebutkan bahwa dua variabel yang diidentifikasi mempengaruhi penggunaan *online banking* secara signifikan adalah Persepsi Manfaat dan Informasi atas *Online Banking*. Sedangkan empat variabel lain yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesenangan, Keamanan dan

Privasi dan Kualitas Jaringan Internet memiliki pengaruh positif terhadap Penggunaan *Online Banking* namun tidak signifikan.

3. Hasil Uji Hipotesis 3

Hasil pengujian signifikansi pada persepsi manfaat menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut membuktikan bahwa hipotesis tiga diterima, berarti ada pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking*.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Venkatesh dan Morris (2003) yang mengungkapkan terdapat pengaruh penting manfaat dalam pemahaman respon individual dalam teknologi informasi.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diah Wiliarni (2009). Penelitian Diah Wiliarni (2009) menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan Keamanan dan Privasi (*Security and Privacy*) merupakan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh lebih besar daripada masing-masing faktor lainnya. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi nasabah mengenai manfaat dari *online banking* yang semakin tinggi, maka akan meningkatkan penggunaan *online banking* sebagai media bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan. Nasabah yang telah merasakan bahwa penggunaan *online banking* mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktifitas, meningkatkan efektifitas kinerja, sehingga dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan *online banking* merupakan sistem yang bermanfaat

bagi nasabah akan mendorong nasabah untuk meningkatkan penggunaan *online banking*.

4. Hasil Pengujian Hipotesis 4

Hasil pengujian signifikansi pada *computer self efficacy* menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut membuktikan bahwa hipotesis empat diterima, berarti ada pengaruh *computer self efficacy* dalam memoderasi persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-banking*.

Hasil penelitian ini mendukung teori Compeau dan Higgins (1991) dalam Taylor dan Todd (1995: 153) yang menyampaikan bahwa tingkat *CSE* yang tinggi akan mengarahkan pengguna teknologi informasi kepada tingkat minat dan penggunaan informasi teknologi yang lebih tinggi juga. Seseorang dengan tingkat *computer self efficacy* yang lebih tinggi akan lebih sering menggunakan *online banking* sebagai media transaksi perbankannya.

5. Hasil Pengujian Hipotesis 5

Hasil pengujian signifikansi pada *computer self efficacy* menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut membuktikan bahwa hipotesis lima diterima, berarti ada pengaruh *computer self efficacy* dalam memoderasi persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking*.

Hasil penelitian ini mendukung teori Compeau dan Higgins (1991) dalam Taylor dan Todd (1995: 153) yang menyampaikan bahwa tingkat *CSE* yang tinggi akan mengarahkan pengguna teknologi informasi kepada tingkat minat

dan penggunaan informasi teknologi yang lebih tinggi juga. Seseorang dengan tingkat *computer self efficacy* yang lebih tinggi akan lebih sering menggunakan *online banking* sebagai media transaksi perbankannya.