

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dalam penelitian ini menemukan bahwa, yang berkenaan dengan niat untuk menggunakan layanan sistem pembayaran mobile T-cash di Yogyakarta. faktor teknologi karakteristik yaitu responsif dan kecerdasan berpengaruh signifikan terhadap kegunaan yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan juga menunjukkan hubungan signifikan terhadap kegunaan yang dirasakan. Dalam persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan. Faktor keamanan juga berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan. Dengan kesimpulan H1, H2, H3, H4, H5, dan H7 didukung atau diterima. Hanya satu faktor yaitu pengaruh sosial tidak memiliki hubungan terhadap niat untuk menggunakan. Jadi, H6 tidak mendukung atau ditolak. Dengan begitu faktor pengaruh sosial akan menjadi tidak lebih penting dari faktor pribadi yang akhirnya adalah pertimbangan dan keputusan konsumen untuk menggunakannya.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kegunaan, keamanan dan keefektifan merupakan faktor penting. Hasil wawancara menyimpulkan bahwa bagi yang belum pernah menggunakan e-money sebelumnya akan sedikit bingung bagaimana menggunakan layanan ini, dan manfaat apa yang mereka dapatkan. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan tentang pembayaran mobile (Nasri and Charfeddine, 2012). Sehingga tantangan bagi perusahaan adalah untuk

mengembangkan dan menciptakan persepsi baru tentang gaya hidup konsumen dalam penggunaan T-cash, dimana T-cash dapat membuat sistem pembayaran menjadi lebih mudah, nyaman untuk digunakan dan menjadi trend pembayaran, serta lebih menjelaskan apa saja yang terjadi dan perlu dilakukan selama proses pembayaran mobile T-cash. dengan melakukan ini dapat berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan T-cash (Hauff, 2011).

6.2. Saran

Berlandaskan kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada pengkajian ini, peneliti ingin memberikan saran kepada penelitian seterusnya, saran tersebut diharapkan oleh peneliti agar mempelajari kembali penelitian pada saat ini dan penelitian sebelumnya beserta menambahkan atau memanfaatkan variabel berbeda yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sehingga dapat diketahui lebih lanjut faktor apa saja yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan teknologi baru seperti produk e-money dalam penelitian ini. Bagi pengkajian seterusnya juga bisa memakai sampel dengan jumlah yang lebih besar, dan juga memperbanyak total indikator dari variabel agar hasil penelitian bisa didapat lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, M.S., Syai'in, M., Endrasmono, J., Sarena, S.T., Subiyanto, L., Setyoko, A.S., Herijono, B., Soelistijono, R.T., Wahidin, A. and Soeprijanto, A., 2017. Smart Vending Machine Based on SMS Gateway For General Transactions. *IEEE*.

Bonera, M., 2011. The propensity of e-commerce usage: the influencing variables. *Management Research Review*.

Cobanoglu, C., Yang, W., Shatskikh, A. and Agarwal, A., 2015. Hospitality Review Are Consumers Ready for Mobile Payment? An Examination of Consumer Acceptance of Mobile Payment Technology in Restaurant Industry "Are Consumers Ready for Mobile Payment? An. [online] Available at: <<http://digitalcommons.fiu.edu/hospitalityreview>>.

Davis, F.D., 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Source: MIS Quarterly*, [online] 13(3), pp.319–340. Available at: <<http://www.jstor.org/stable/249008>>.

Faziharudean, T. and Li-Ly, T., 2011. Consumers' behavioral intentions to use mobile data services in Malaysia. *African Journal of Business Management*, [online] 5(5), pp.1811–1821. Available at: <<http://www.academicjournals.org/AJBM>>.

Ferdinand, A., 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: FE UNDIP.

Flood, D., West, T. and Wheadon, D., 2013. Trends in Mobile Payments in Developing and Advanced Economies.

Francisco, L.-C., Francisco, M.-L. and Juan, S.-F., 2015. Payment Systems in New Electronic Environments: Consumer Behavior in Payment Systems via SMS.

Gerpott, T.J. and Kornmeier, K., 2009. Determinants of customer acceptance of mobile payment systems. *International Journal of Electronic Finance*.

Hair Jr, J. f, Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E., 2010. Multivariate Data Analysis, 7/e. *Pearson Prentice Hall*.

Harvey Tanakinjal, G., MacDonell Andrias, R., Laison Sondoh Jr, S. and Asri Ag Ibrahim, A., 2012. Relationship between Perceived Benefits and Social Influence towards Self- Disclosure and Behavioral Intention in Web 2.0. *European Journal of Business and Social Sciences*, [online] 1(4), pp.63–75. Available at: <<http://www.ejbss.com/recent.aspx>>.

Hauff, J., 2011. CONSUMER ACCEPTANCE OF MOBILE PAYMENT SERVICES.

Hsu, C.L., Wang, C.F. and Lin, J.C.C., 2011. Investigating customer adoption behaviours in Mobile Financial Services. *International Journal of Mobile*

Communications.

José Liébana-Cabanillas Juan Sánchez-Fernández Francisco Muñoz-Leiva, F., José Liébana-Cabanillas Juan Sánchez-Fernández Francisco Muñoz, F., Thakur, R., Srivastava, M., Tsu Wei, T., Marthandan, G., Yee, A., Chong, L., Ooi, B., Arumugam, S., José Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J. and Muñoz-Leiva, F., 2014. Industrial Management & Data Systems Role of gender on acceptance of mobile payment. *Industrial Management & Data Systems Internet Research Industrial Management & Data Systems Iss Tao Zhou Industrial Management & Data Systems*, [online] 114(6), pp.369–392. Available at: <<http://dx.doi.org/10.1108/IMDS-03-2013-0137>>.

Kabeer, A., Ia, K. and Mannan, M.A., 2013. Factors affecting adoption of mobile banking in Pakistan: Empirical Evidence. *International Journal of Research in Business and Social Science IJRBS*, 2(3), pp.2147–4478.

Khatimah, H. and Halim, F., 2016. The effect of attitude and its decomposed, perceived behavioral control and its decomposed and awareness on intention to use e-money mobile in Indonesia. *Journal of Scientific Research and Development*.

Kline, R.B., 2011. *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 3rd ED ed. New York: Guilford Press.

Kotler and Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11 ed. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip and Amstrong, G., 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Person Education.

Kuncoro, M., 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J. and Muñoz-Leiva, F., 2014a. Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age. *Computers in Human Behavior*.

Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J. and Muñoz-Leiva, F., 2014b. The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks: The m-Payment Acceptance Model in Virtual Social Networks (MPAM-VSN). *International Journal of Information Management*.

Lin, S.-C., Fadil Persada, S. and Nadlifatin, R., n.d. A Study of Student Behavior in Accepting the Blackboard Learning System: a Technology Acceptance Model (TAM) Approach.

Mackensen, I., 2015. *Mobile Payments – A Strategic Forecasting Approach –*.

Megadewandanu, S., Suyoto and Pranowo, 2017. Exploring mobile wallet adoption in Indonesia using UTAUT2: An approach from consumer perspective. In: *Proceedings - 2016 2nd International Conference on Science and Technology-*

Computer, ICST 2016.

Ming-Yen Teoh, W., Choy Chong, S., Lin, B. and Wei Chua, J., 2013. Factors affecting consumers' perception of electronic payment: an empirical analysis. *Internet Research*.

Moore, G.C. and Benbasat, I., 1991. Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information Systems Research*.

Moses, P., Wong, S.L., Bakar, K.A. and Mahmud, R., 2013. Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use: Antecedents of Attitude Towards Laptop Use Among Science and Mathematics Teachers in Malaysia. *Asia-Pacific Education Researcher*.

Nasri, W. and Charfeddine, L., 2012. Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior. *Journal of High Technology Management Research*.

Park, S.Y., Nam, M.-W. and Cha, S.-B., 2012. University students' behavioral intention to use mobile learning: Evaluating the technology acceptance model. *British Journal of Educational Technology*.

Persada, S.F., Lin, S.C., Nadlifatin, R. and Razif, M., 2015. Investigating the citizens' intention level in environmental impact assessment participation through an extended theory of planned behavior model. *Global Nest Journal*.

Phonthanakitithaworn, C., Sellitto, C. and Fong, M.W.L., 2016. Asia-Pacific Journal of Business Administration An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand For Authors. *Asia-Pacific Journal of Business Administration Iss Kungliga Tekniska Högskolan At*, [online] 8(23), pp.46–18. Available at: <<http://dx.doi.org/10.1108/APJBA-10-2014-0119>>.

Di Pietro, L., Guglielmetti Mugion, R., Mattia, G., Renzi, M. and Toni, M., 2015. The Integrated Model on Mobile Payment Acceptance (IMMPA): An empirical application to public transport. *Transportation Research Part C*, 56, pp.463–479.

Pousttchi, K. and Wiedemann, D.G., 2014. What_influences_consumers_intention_to_use_mobile.

PUTRI, A.T.K., 2017. *Pengaruh Hubungan Information Richnss, Retailer Brand, Extended Offers Pada Niat Beli Konsumen Menggunakan T-Cash*.

Raman, A. and Annamalai, V., 2011. Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on 'Wireless Information Networks & Business Information System'*.

Rauniar, R., Rawski, G., Yang, J. and Johnson, B., 2014. Technology acceptance model (TAM) and social media usage: an empirical study on Facebook. *Journal of Enterprise Information Management*.

Roca, J.C., García, J.J., De La Vega, J.J., Flavián, C., Guinalíu, M., Casaló, L. V,

Chang, H.H. and Chen, S.W., 2015. Information Management & Computer Security The importance of perceived trust, security and privacy in online trading systems'The importance of perceived trust, security and privacy in online trading systems' The importance of perceived trust, security and privacy in online trading systems. *Information Management & Computer Security Industrial Management & Data Systems Online Information Review* Iss Downloaded by MAHIDOL UNIVERSITY At, [online] 17(22), pp.96–113. Available at: <<http://dx.doi.org/10.1108/09685220910963983>>.

Safeena, R., Hundewale, N. and Kemani, A., 2011. Customer's Adoption of Mobile-Commerce A Study on Emerging Economy. *International Journal of e-Education*.

Salleh, S.M. and Laxman, K., 2013. Investigating the factors influencing teachers' use of ICT in teaching in Bruneian secondary schools. *Education and Information Technologies*.

Setyohadi, D.B., Aristian, M., Sinaga, B.L. and Hamid, N.A.A., 2017. Social critical factors affecting intentions and behaviours to use E-Learning: An empirical investigation using technology acceptance model. *Asian Journal of Scientific Research*.

Shih, E., Wang, -Tse, Pei, N. and Chou, -Yu, 2014. Consumer Characteristics, Social Influence, and System Factors on Online Group-Buying Repurchasing Intention. *Journal of Electronic Commerce Research*, 15(2).

Shin, S., n.d. The Effects Of Technology Readiness And Technology Acceptance On NFC Mobile Payment Services In Korea. *The Journal of Applied Business Research*, 30(6).

Singh, R., Sandhu, H.S., Metri, B.A. and Kaur, R., 2011. Organizational Performance and Retail Challenges: A Structural Equation Approach. *iBusiness*.

Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke ed. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tan, G.W.H., Ooi, K.B., Chong, S.C. and Hew, T.S., 2014. NFC mobile credit card: The next frontier of mobile payment? *Telematics and Informatics*.

Thompson, R.L., Higgins, C.A. and Howell, J.M., 1991. Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*.

Triadmojo, D.P., 2016. Analysis Of Factors Affecting The Interests Of The Use Of Information Systems And Use Of Information Systems (Empirical Study On Government Of Banyuwangi).

Venkatesh, V. and Davis, F.D., 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, [online] 46(2), pp.186–204. Available at: <<http://pubsonline.informs.org>>.

Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B. and Davis, F.D., 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. [online] 27(3), pp.425–478. Available at: <<http://www.jstor.org/stable/30036540>>.

Wijaya, T., 2009. *Analisis Structural Equation Modeling Menggunakan AMOS*. 5 ed ed. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yen, Y.-S., 2015. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics The interaction effect on customer purchase intention in e-commerce A comparison between substitute and complement. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics Journal of Indian Business Research Iss European Business Review Iss*, [online] 26(5), pp.472–493. Available at: <<https://doi.org/10.1108/APJML-07-2013-008032>>.



KUESIONER PENELITIAN

I. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER:

A. Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada responden yang terhormat,

Saya mahasiswa Pascasarjana Fakultas Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta Jurusan Informatika yang sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (Tesis). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Pengaruh niat untuk menggunakan layanan sistem pembayaran mobile T-cash tap di Yogyakarta.

Pada kesempatan ini saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/ untuk mengisi daftar pernyataan yang diajukan berdasarkan pendapat pribadi dari apa yang Bapak/Ibu rasakan dan alami sendiri.

B. Petunjuk Pengisian:

1. Isilah kuesioner ini dengan fakta dan keadaan sebenarnya.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan membubuhkan tanda (√) pada jawaban yang sesuai menurut anda.
3. Kuesioner ini semata-mata hanya untuk keperluan penelitian.
4. Kuesioner ini tidak dipublikasikan dan dijamin kerahasiaannya.

C. Keterangan pilihan jawaban:

- | | |
|--------|-----------------------|
| 1. SS | = Sangat Setuju |
| 2. S | = Setuju |
| 3. N | = Netral |
| 4. TS | = Tidak setuju |
| 5. STS | = Sangat tidak setuju |

II. DATA RESPONDEN

- 1 Nomor Kuesioner :(Diisi oleh Peneliti)
- 2 Nama :(Jika Berkenan)
- 3 Usia :
- 4 Jenis Kelamin : L/P (Coret yang Tidak Perlu)
- 5 Pendidikan Terakhir :
- 6 Aktif Transaksi T-cash : Iya/Tidak (Coret yang Tidak Perlu)



Peneliti

Riyan Rizkyandy

Perntaan tentang Responsif

No	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1	Pembayaran mobile T-cash menawarkan layanan yang cepat kepada saya.					
2	T-cash sangat membantu saya dalam transaksi pembayaran mobile.					
3	Pembayaran mobile T-cash memberi saya perhatian tersendiri.					

Pernyataan tentang Kecerdasan

No	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1	Pembayaran mobile T-cash memang cerdas.					
2	Pembayaran mobile T-cash memang pintar.					
3	Pembayaran mobile T-cash membuat saya terlihat pintar.					

Pernyataan tentang Kemudahan Penggunaan

No	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1	Belajar mengoperasikan sistem pembayaran mobile T-cash akan mudah bagi saya.					
2	Saya akan menemukan sistem pembayaran mobile T-cash yang mudah dipahami.					
3	Menurut saya mudah dan praktis menggunakan sistem pembayaran mobile T-cash.					

Pernyataan tentang Kegunaan yang dirasakan

No	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1	Menggunakan sistem pembayaran mobile T-cash dalam pembayaran akan lebih cepat.					
2	Menggunakan pembayaran mobile T-cash lebih efektif dibandingkan tunai.					
3	Saya akan menemukan sistem pembayaran mobile T-cash yang berguna terkait proses transaksi pembayaran yang lebih baik.					

Pernyataan tentang Pengaruh Sosial

No	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1	Saran dan rekomendasi dari teman akan mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan T-cash					
2	Keluarga / kerabat memiliki pengaruh atas keputusan saya untuk menggunakan T-cash					
3	Saya akan menggunakan T-cash jika teman saya menggunakannya					
4	Saya akan menggunakan T-cash jika layanan ini banyak digunakan oleh orang-orang di komunitas saya					
5	T-cash akan memungkinkan saya memperbaiki status sosial saya					

Pernyataan tentang Keamanan

No	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1	Saya pikir pembayaran melalui T-cash sudah aman					
2	Saya merasa aman memasukkan identitas saya untuk pembayaran di dalam T-cash					
3	Saya menemukan layanan pembayaran mobile T-cash aman untuk melakukan transaksi pembayaran saya.					

Pernyataan tentang Niat Menggunakan

No	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1	Saya berniat menggunakan sistem pembayaran mobile T-cash sebagai alat transaksi pembayaran.					
2	Saya memprediksi saya akan terus menggunakan sistem pembayaran mobile T-cash dalam melakukan transaksi pembayaran.					
3	Saya berencana untuk terus menggunakan sistem pembayaran mobile T-cash sebagai alat transaksi pembayaran.					

DATA PENELITIAN VARIABEL

	Responsiveness			Smartness			Perceived Ease of Use			Perceived Usefulness			Social Influence					Security			Intention to Use		
No	RES 1	RES 2	RES 3	SMA 1	SMA 2	SMA 3	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PU 1	PU 2	PU 3	SI1	SI2	SI3	SI4	SI5	SEC 1	SEC 2	SEC 3	ITU 1	ITU 2	ITU 3
1	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5
2	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4
3	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4
4	4	5	5	4	5	5	3	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3
5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
6	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5
7	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4
8	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	2	3	3	2	4	5	4	4	4	5
9	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
10	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2
11	3	4	3	3	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5
12	3	4	3	2	3	3	4	5	5	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4
13	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4
14	3	3	2	2	3	2	4	5	5	3	3	3	3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	5
15	3	3	3	3	4	3	5	5	5	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5
16	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
17	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	4	3	3	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	5	5	5
19	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3

20	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3
21	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3
22	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	2	3	2	2	3	5	4	5	4	5	5
23	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3
24	4	3	3	3	3	4	4	5	5	3	3	3	3	4	3	3	3	4	5	4	4	5	4
25	3	3	2	3	2	3	3	4	4	2	2	2	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4
26	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4
27	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	5	5	5	3	3	4	3	4	4
28	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2
29	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3
30	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	2
31	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4
32	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4
33	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5	4	5	4
34	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
35	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	4	5	5	5
36	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
37	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3
38	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4
39	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	3	2	3	4	5	5	5	4	5
40	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	2	5	5	4	5	4	5
41	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4
42	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3
43	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
44	3	3	2	2	3	2	5	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5

45	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	3	3	4	3	3	4	4	5	4	4	5
46	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
47	4	5	5	3	3	3	5	4	5	5	5	5	3	3	4	3	3	5	4	5	5	5	5
48	4	5	5	3	2	2	5	4	5	4	5	5	3	3	2	3	2	4	4	5	5	5	5
49	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	5	5	4	5	5
50	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	5	4	4	5	4
51	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4
52	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	4	5	5	5	5
53	5	5	4	2	3	3	5	4	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	4	5	5	4	4
54	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4
55	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	5	4	4	5	5
56	5	4	5	3	3	3	5	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5
57	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
58	5	4	5	3	3	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	5	5	4
59	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	3	4	4	2	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4
61	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4
62	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
63	3	4	3	5	4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3
64	5	4	5	2	3	2	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5
65	3	4	3	2	3	2	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
67	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
68	3	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
69	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	4	4

70	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
72	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
73	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	5	5	2	2	3	3	2	2	3	3	4	4	5
74	5	5	5	5	4	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
76	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4
77	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4
78	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	5
79	4	4	3	3	3	3	4	5	4	5	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3	5	5	4
80	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
81	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3
82	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4
83	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5
84	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
85	4	4	3	2	3	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	5
87	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5
88	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	2	2	2	3	2	4	4	3	4	4	3
89	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4
90	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
92	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4
93	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
94	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

95	3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3
96	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
97	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5
98	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
99	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4
100	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3
101	3	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5
102	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4
103	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
104	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	2	3	2	5	4	4
105	2	2	2	5	4	5	4	4	5	4	5	5	3	3	3	2	2	3	4	4	5	4	4
106	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5
107	5	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4
108	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
109	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
110	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4
111	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3
112	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	5	4	4	4	4
113	4	5	4	4	5	5	3	3	3	4	5	5	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	5
114	2	2	3	3	2	3	5	5	4	2	2	3	3	3	4	3	3	4	5	4	2	3	3
115	4	4	5	4	5	4	2	2	3	5	4	5	3	3	3	4	3	3	2	3	5	4	5

Data Karakteristik Responden

No	Usia (th)	Jenis Kelamin	Pddkn Terakhir	Aktif Transaksi Tcash
1	20	P	SMA	Iya
2	25	L	S2	Tidak
3	25	P	S1	Tidak
4	22	L	SMA	Tidak
5	23	L	S1	Iya
6	24	P	S1	Tidak
7	22	P	SMA	Iya
8	19	L	SMA	Tidak
9	15	P	SMP	Iya
10	23	L	S1	Iya
11	23	L	S1	Iya
12	20	L	SMA	Iya
13	26	L	S1	Tidak
14	25	L	S1	Tidak
15	57	L	S1	Iya
16	24	L	S1	Tidak
17	22	P	SMA	Iya
18	17	P	SMP	Iya
19	16	P	SMP	Iya
20	16	L	SMP	Iya
21	24	L	S1	Tidak
22	22	P	SMA	Iya
23	18	L	SMA	Iya
24	21	L	SMA	Tidak
25	26	P	S1	Iya
26	25	L	S1	Tidak
27	21	L	SMA	Iya

28	18	L	SMA	Iya
29	20	P	SMA	Iya
30	17	P	SMP	Tidak
31	17	P	SMP	Tidak
32	20	L	SMA	Iya
33	16	L	SMP	Iya
34	17	P	SMP	Tidak
35	21	L	SMA	Tidak
36	24	P	S1	Iya
37	24	P	S1	Tidak
38	23	P	S1	Iya
39	21	P	SMA	Iya
40	22	P	SMA	Iya
41	19	p	SMA	Tidak
42	26	L	S1	Tidak
43	23	L	S1	Tidak
44	24	L	S1	Tidak
45	22	L	S1	Tidak
46	19	P	SMA	Iya
47	20	P	SMA	Tidak
48	22	P	S1	Iya
49	23	P	S1	Iya
50	19	L	SMA	Tidak
51	16	P	SMP	Iya
52	17	L	SMP	Iya
53	20	P	SMA	Iya
54	25	P	S1	Tidak
55	24	P	S1	Tidak
56	23	P	S1	Iya
57	22	P	S1	Iya

58	19	L	SMA	Iya
59	17	P	SMP	Tidak
60	20	P	SMA	Iya
61	23	P	S1	Tidak
62	22	L	SMA	Iya
63	26	L	S2	Iya
64	25	L	S2	Tidak
65	24	P	S1	Iya
66	23	L	S1	Iya
67	19	L	SMA	Iya
68	16	L	SMP	Tidak
69	17	P	SMP	Tidak
70	22	L	S1	Iya
71	21	L	SMA	Iya
72	19	L	SMA	Iya
73	20	L	SMA	Tidak
74	24	L	S1	Tidak
75	22	P	S1	Iya
76	21	L	SMA	Iya
77	23	P	S1	Iya
78	19	P	SMA	Iya
79	23	L	S1	Iya
80	17	L	SMP	Tidak
81	19	P	SMA	Iya
82	18	L	SMA	Iya
83	22	P	S1	Iya
84	25	L	S1	Tidak
85	25	P	S1	Tidak
86	24	P	S1	Iya
87	24	L	S1	Iya

88	22	P	SMA	Tidak
89	22	L	S1	Iya
90	20	L	SMA	Tidak
91	23	P	S1	Iya
92	22	L	S1	Iya
93	21	P	SMA	Tidak
94	16	L	SMP	Tidak
95	17	P	SMP	Tidak
96	18	P	SMA	Tidak
97	20	L	SMA	Tidak
98	22	L	S1	Tidak
99	24	P	S1	Iya
100	21	L	SMA	Tidak
101	18	P	SMP	Tidak
102	17	P	SMP	Tidak
103	23	L	S1	Tidak
104	20	L	SMA	Iya
105	22	L	S1	Iya
106	24	P	S1	Tidak
107	22	P	S1	Iya
108	23	L	S1	Iya
109	18	L	SMA	Iya
110	19	P	SMA	Iya
111	21	L	SMA	Iya
112	20	P	SMA	Tidak
113	24	P	S1	Tidak
114	23	L	S1	Iya
115	21	P	SMA	Tidak

Karakteristik Responden

Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20 tahun	33	28.7	28.7	28.7
20 - 25 tahun	77	67.0	67.0	95.7
> 25 tahun	5	4.3	4.3	100.0
Total	115	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	59	51.3	51.3	51.3
Perempuan	56	48.7	48.7	100.0
Total	115	100.0	100.0	

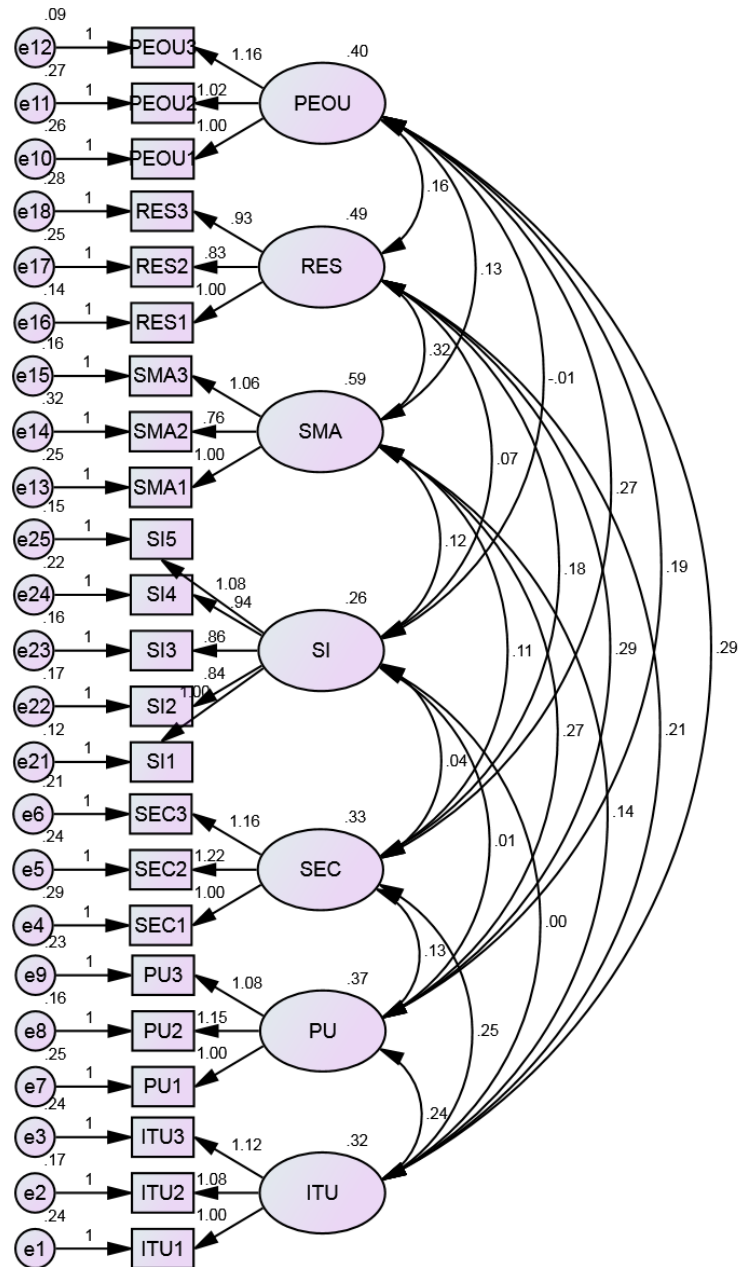
Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	18	15.7	15.7	15.7
SMA	44	38.3	38.3	53.9
S1	50	43.5	43.5	97.4
S2	3	2.6	2.6	100.0
Total	115	100.0	100.0	

Aktif Transaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	64	55.7	55.7	55.7
Tidak	51	44.3	44.3	100.0
Total	115	100.0	100.0	

Uji Validitas CFA

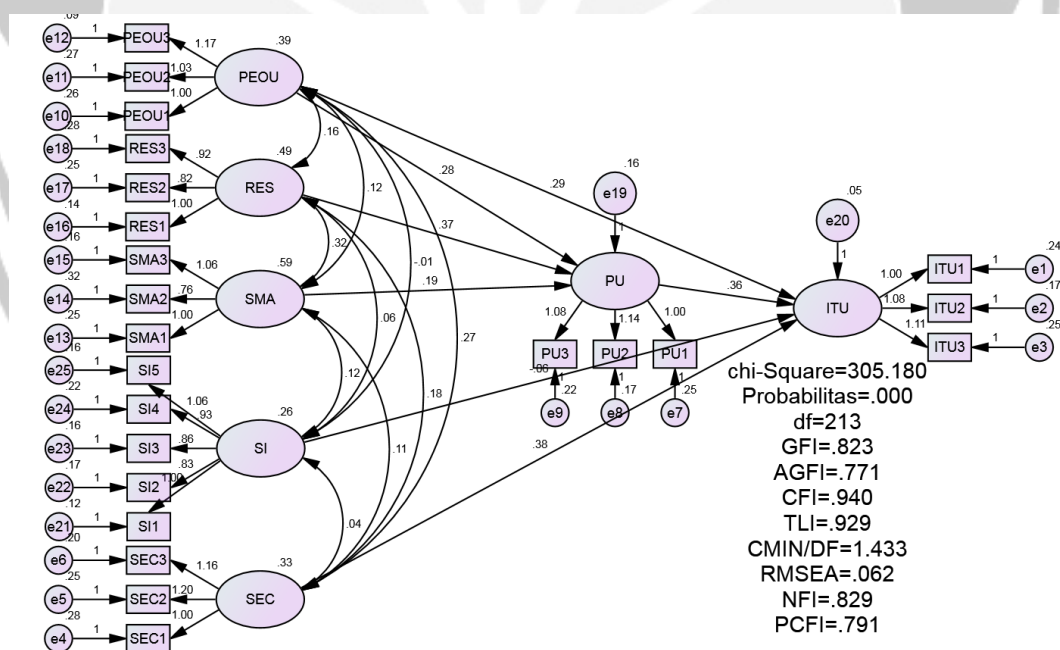
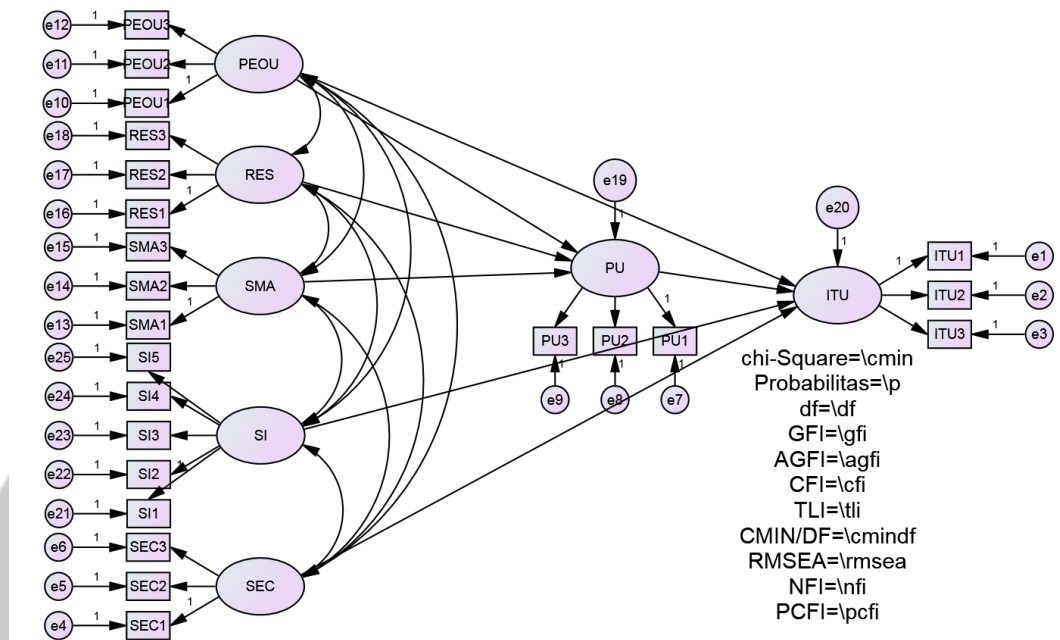


Factor Loading

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
ITU1	<---	ITU	.756
ITU2	<---	ITU	.826
ITU3	<---	ITU	.789
SEC1	<---	SEC	.729
SEC2	<---	SEC	.821
SEC3	<---	SEC	.823
PU1	<---	PU	.769
PU2	<---	PU	.868
PU3	<---	PU	.809
PEOU1	<---	PEOU	.778
PEOU2	<---	PEOU	.777
PEOU3	<---	PEOU	.922
SMA1	<---	SMA	.835
SMA2	<---	SMA	.717
SMA3	<---	SMA	.895
RES1	<---	RES	.878
RES2	<---	RES	.758
RES3	<---	RES	.778
SI1	<---	SI	.825
SI2	<---	SI	.718
SI3	<---	SI	.736
SI4	<---	SI	.712
SI5	<---	SI	.814

Model Penelitian



Uji Normalitas

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
SI5	2.000	5.000	.348	1.522	.313	.685
SI4	2.000	5.000	.583	2.552	.369	.808
SI3	2.000	5.000	.618	2.705	.150	.327
SI2	2.000	4.000	-.107	-.470	-.450	-.985
SI1	2.000	5.000	.724	3.169	1.091	2.388
RES3	2.000	5.000	-.006	-.026	-.704	-1.542
RES2	2.000	5.000	.215	.940	-.693	-1.517
RES1	2.000	5.000	.411	1.801	-.813	-1.780
SMA3	2.000	5.000	.033	.143	-.806	-1.764
SMA2	2.000	5.000	.482	2.110	-.258	-.565
SMA1	2.000	5.000	.106	.464	-.817	-1.789
PEOU3	2.000	5.000	-.094	-.412	-.779	-1.706
PEOU2	2.000	5.000	-.202	-.886	-.800	-1.751
PEOU1	2.000	5.000	-.183	-.802	-.700	-1.531
PU3	2.000	5.000	.048	.209	-.836	-1.830
PU2	2.000	5.000	-.227	-.993	-.531	-1.161
PU1	2.000	5.000	-.172	-.751	-.584	-1.279
SEC3	2.000	5.000	.489	2.139	-.697	-1.525
SEC2	2.000	5.000	-.014	-.060	-.720	-1.575
SEC1	2.000	5.000	.275	1.203	-.520	-1.139
ITU3	2.000	5.000	-.303	-1.328	-.690	-1.510
ITU2	2.000	5.000	-.143	-.624	-.592	-1.296
ITU1	2.000	5.000	-.001	-.003	-.719	-1.575
Multivariate					12.136	1.919

Uji Outlier

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
115	46.192	.003	.278
48	43.660	.006	.143
105	40.954	.012	.160
2	37.115	.032	.495
114	36.290	.039	.456
31	35.803	.043	.378
107	35.590	.045	.268
113	35.456	.047	.172
3	32.825	.084	.639
7	32.360	.093	.633
104	32.036	.099	.599
40	31.560	.110	.616
27	30.351	.140	.830
64	29.809	.155	.869
44	29.739	.157	.818
39	29.731	.157	.741
97	29.221	.173	.797
25	29.201	.174	.724
51	28.789	.187	.763
95	28.724	.190	.702
63	28.651	.192	.639
6	28.588	.194	.570
4	28.382	.202	.555
11	28.254	.206	.512
10	27.998	.216	.521
15	27.828	.222	.498
12	27.760	.225	.436
8	27.701	.227	.374
90	27.568	.233	.343
54	27.481	.236	.298
78	27.476	.236	.230
14	27.333	.242	.210
33	27.001	.256	.253
30	26.866	.262	.233
1	26.628	.272	.248
28	26.013	.300	.417
53	25.723	.314	.465

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
89	25.643	.318	.422
99	25.340	.333	.479
41	25.001	.350	.557
19	24.755	.363	.593
58	24.720	.365	.532
22	24.700	.366	.464
92	24.605	.371	.432
55	24.562	.373	.378
81	24.147	.396	.498
60	24.018	.403	.484
83	23.832	.413	.499
49	23.494	.432	.589
79	23.342	.441	.588
74	22.966	.463	.694
46	22.762	.475	.718
109	22.711	.478	.675
73	22.682	.479	.620
50	22.623	.483	.577
88	22.407	.496	.611
69	22.246	.505	.619
87	22.196	.508	.572
70	21.974	.522	.611
20	21.830	.531	.612
47	21.819	.531	.544
24	21.757	.535	.503
67	21.738	.536	.438
93	21.571	.546	.451
111	21.385	.558	.473
29	21.385	.558	.400
38	20.953	.584	.551
77	20.599	.606	.661
21	20.291	.624	.738
100	20.219	.629	.707
42	20.203	.630	.647
66	20.193	.630	.578
68	20.145	.633	.527
37	20.072	.638	.490
80	19.903	.648	.503
61	19.885	.649	.435
17	19.815	.653	.396

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
65	19.795	.654	.332
101	19.703	.660	.305
112	19.605	.666	.282
35	19.454	.675	.283
102	19.447	.675	.222
96	19.300	.684	.220
45	19.217	.689	.193
23	19.143	.693	.165
5	18.777	.714	.245
110	18.739	.716	.198
26	18.569	.726	.202
36	18.380	.737	.212
13	18.283	.742	.188
9	18.251	.744	.144
86	17.872	.764	.217
76	17.429	.788	.338
56	17.366	.791	.285
18	17.077	.805	.337
16	16.774	.820	.397
43	16.664	.825	.358
52	16.454	.835	.366
34	15.720	.867	.640
98	15.510	.875	.642

Degree of Freedom

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 276
Number of distinct parameters to be estimated: 63
Degrees of freedom (276 - 63): 213

Uji Hipotesis

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PU	<---	RES	.372	.113	3.283	.001	par_13
PU	<---	SMA	.192	.090	2.142	.032	par_14
PU	<---	PEOU	.277	.089	3.111	.002	par_23
ITU	<---	PEOU	.293	.118	2.477	.013	par_15
ITU	<---	PU	.359	.082	4.369	***	par_16
ITU	<---	SI	-.063	.078	-.801	.423	par_21
ITU	<---	SEC	.382	.130	2.936	.003	par_22
ITU1	<---	ITU	1.000				
ITU2	<---	ITU	1.084	.119	9.120	***	par_1
ITU3	<---	ITU	1.109	.134	8.246	***	par_2
SEC1	<---	SEC	1.000				
SEC2	<---	SEC	1.204	.150	8.012	***	par_3
SEC3	<---	SEC	1.164	.140	8.308	***	par_4
PU1	<---	PU	1.000				
PU2	<---	PU	1.136	.129	8.827	***	par_5
PU3	<---	PU	1.082	.129	8.402	***	par_6
PEOU1	<---	PEOU	1.000				
PEOU2	<---	PEOU	1.027	.117	8.795	***	par_7
PEOU3	<---	PEOU	1.169	.117	10.014	***	par_8
SMA1	<---	SMA	1.000				
SMA2	<---	SMA	.756	.094	8.079	***	par_9
SMA3	<---	SMA	1.058	.097	10.911	***	par_10
RES1	<---	RES	1.000				
RES2	<---	RES	.820	.087	9.381	***	par_11
RES3	<---	RES	.919	.104	8.852	***	par_12
SI1	<---	SI	1.000				
SI2	<---	SI	.829	.102	8.130	***	par_17
SI3	<---	SI	.863	.102	8.447	***	par_18
SI4	<---	SI	.932	.118	7.862	***	par_19
SI5	<---	SI	1.064	.114	9.335	***	par_20