

**PENGARUH MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
(*M-BANKING*): MODEL KOMBINASI *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*
(TAM) DAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB)**

**Yudhi W. Arthana R.
Novi Rukhviyanti**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji determinan minat individu dalam menggunakan *mobile banking*. Faktor yang mempengaruhi minat individu untuk menggunakan *mobile banking* dalam penelitian ini adalah faktor kegunaan, kemudahan dalam menggunakan, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang menggunakan kombinasi model TAM dan TPB. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei dengan cara membagikan 300 kuesioner kepada para responden. Responden yang menjadi objek penelitian ini adalah warga kota Bandung yang menggunakan fasilitas *mobile banking* dari Bank Mandiri, Tbk. dan BCA, Tbk. Sejumlah 109 kuesioner telah diterima kembali, serta dapat digunakan dan dapat diproses menggunakan program Partial Least Squares (PLS) versi 2.0 M3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap individu menggunakan *mobile banking*. Sikap dan norma subjektif mempengaruhi niat individu menggunakan *mobile banking*, kontrol perilaku tidak mempengaruhi minat individu menggunakan *mobile banking*. Implikasi dari penelitian ini relevan untuk lembaga perbankan untuk mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu untuk menggunakan *mobile banking* dalam pengembangan sistem informasi.

Kata kunci: *mobile banking*, TAM, TPB.

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi datang begitu cepat seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi, khususnya di bidang teknologi informasi yang demikian pesat telah mentransformasi aktivitas kehidupan manusia dalam berbagai bidang. Beragamnya aktivitas manusia di perkotaan menyadarkan mereka akan pentingnya kehadiran teknologi yang memaksa mereka untuk selalu bertindak dengan cepat, praktis, efektif, efisien, terutama dalam bertransaksi.

Perubahan teknologi informasi yang berkembang sangat cepat ini direspon oleh perusahaan-perusahaan maupun dunia perbankan dengan memberikan pelayanan kemudahan akses informasi dengan kliennya maupun menghubungkan bank dengan nasabahnya dengan cara mengaplikasikan teknologi informasi yang canggih, seperti internet. Salah satu pihak yang sangat mengikuti perkembangan teknologi informasi adalah dunia perbankan. Metode konvensional perbankan yang sudah diterapkan sampai saat ini, yaitu nasabah datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan dirasa kurang efisien karena waktu yang tersita cukup banyak, antara lain untuk mengisi formulir, mengantri, kemudian pada saat di *teller* membutuhkan waktu untuk memastikan nomor rekening benar atau tidak. Selain itu untuk

meningkatkan kemampuannya dalam menghimpun dana dari masyarakat, perbankan berusaha menarik nasabah sebanyak-banyaknya. Hal ini dilakukan pihak perbankan salah satunya dengan cara meningkatkan pelayanan secara *online*. Layanan tersebut ditawarkan kepada nasabah karena informasi dewasa ini menjadi sangat penting bagi nasabah dan juga bank itu sendiri sehingga teknologi informasi yang digunakan perbankan bertujuan untuk mempermudah baik nasabah, ataupun pihak bank dalam melakukan pekerjaannya. Layanan perbankan yang dikenal dengan istilah *e-banking* memungkinkan nasabah untuk mendapatkan informasi dan menyelesaikan berbagai urusan perbankan secara cepat, mudah, dan tanpa batas tempat dan waktu.

Berbagai penawaran produk jasa yang dikeluarkan bank sebagai turunan dari jasa *e-banking* dalam kemudahan akses oleh bank dengan nasabah, salah satunya menggunakan *mobile banking*. *Mobile banking* adalah salah satu bagian dari *e-banking* yang merupakan layanan informasi perbankan via *wireless* paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi *hand phone* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Dengan *mobile banking*, nasabah tidak perlu lagi ke ATM ataupun ke bank untuk melakukan transaksi perbankan seperti mentransfer uang, cek saldo, ataupun pembayaran tagihan-tagihan (kecuali penarikan uang tunai). Penting bagi nasabah untuk mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan dan melakukan transaksi secara *online* terlebih bagi mereka yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi. Selain itu, keunggulan dari *mobile banking* adalah keamanan *user-id* yang tidak setiap orang bisa mengetahuinya kecuali pemiliknya. Berdasarkan keunggulan yang dimiliki oleh *mobile banking* tersebut, pihak perbankan yakin dapat menarik minat nasabah dengan memberi layanan yang sejenis.

Meskipun semua manfaat yang tersedia sudah banyak namun masih sedikit nasabah yang menggunakan *mobile banking*. Di Indonesia memiliki fenomena yang menarik mengenai *mobile banking* ini. Berdasarkan data Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI), diperkirakan pertumbuhan pelanggan kartu SIM (*Subscribers Identification Module*) mencapai 30-40 persen pertahun dan pada akhir 2013 diperkirakan jumlah pelanggan kartu SIM mencapai 179 juta pelanggan. Namun jumlah nasabah yang mengadopsi layanan *mobile banking* hanya sekitar sepertiga dari jumlah pelanggan ponsel (Celluler-news, 2010). Berdasarkan pada studi yang dilakukan oleh Gartner Group (2009), hanya sekitar 1 persen dari seluruh pengguna ponsel yang menggunakan ponsel mereka untuk tujuan layanan pembayaran. Fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya karena nasabah sudah merasakan kenyamanan dengan layanan yang ada. Hartono (2007:1) mengemukakan bahwa meskipun kualitas teknis sistem teknologi informasi sudah meningkat, masih saja banyak yang mengalami kegagalan dalam penerapannya. Pertanyaan berikut ini menjadi

menarik, yaitu “Mengapa sistem teknologi yang ada masih banyak yang gagal walaupun kualitas teknisnya sudah baik?”. Penelitian-penelitian menunjukkan bahwa penyebab kegagalan sekarang adalah lebih pada aspek keperilakuannya (*behavioral*).

Keperilakuan merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Individu yang bertindak sebagai konsumen memiliki hak untuk menerima ataupun menolak suatu produk. Suatu penolakan atau penerimaan terhadap suatu produk merupakan salah satu wujud dari perilaku konsumen. Teori perilaku konsumen menjelaskan proses dari tindakan konsumen yang dipengaruhi oleh suatu hal untuk menghasilkan beberapa *output*. Howard dan Shet (1967) menjelaskan bahwa teori perilaku konsumen dapat dilihat dari proses, yaitu input yang berupa rangsangan pemasaran dan lingkungannya yang akan menghasilkan output berupa *attitudes toward behavior* (sikap), *intention* (minat), dan *purchase behavior* (perilaku pembelian).

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai beberapa tujuan utama, yaitu:

1. Menguji pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap individu dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap individu dalam menggunakan *mobile banking*.
3. Menguji pengaruh sikap terhadap minat individu dalam menggunakan *mobile banking*.
4. Menguji pengaruh norma subjektif terhadap minat individu menggunakan *mobile banking*.
5. Menguji persepsi kontrol perilaku persepsian terhadap minat individu dalam menggunakan *mobile banking*.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuisioner terhadap masyarakat kota Bandung yang menggunakan fasilitas *mobile banking* dari Bank Mandiri,Tbk dan Bank BCA,Tbk. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Taylor and Todd (1995) namun sejalan dengan penelitian dari Lu *et al* (2010). Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Taylor and Todd (1995). Sikap berpengaruh terhadap minat perilaku individu menggunakan *mobile banking*. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Taylor and Todd (1995). Norma subjektif berpengaruh terhadap minat perilaku individu menggunakan *mobile banking*. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zahra (2009). Namun kontrol perilaku persepsian tidak berpengaruh terhadap minat perilaku individu menggunakan *mobile banking*. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taylor and Todd (1995) namun sejalan dengan penelitian Debashi dan Novahandi (2009).

2. LANDASAN TEORI

Beberapa literatur sistem informasi telah banyak menggunakan model dan teori keperilakuan untuk menjelaskan bagaimana seorang individu maupun organisasi mengadopsi suatu teknologi. Secara teoritis, terdapat beberapa model keperilakuan dalam penggunaan teknologi informasi yang telah banyak dikembangkan oleh beberapa peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model kombinasi TAM dan TPB (*Combined TAM and TPB*) yang diperkenalkan oleh Taylor dan Todd (1995) dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat individu menggunakan *mobile banking*. Taylor dan Todd (1995) membandingkan model TAM dan model TPB dan menyimpulkan bahwa Dekomposisi Teori Perilaku Direncanakan (DTPB) memberikan penjelasan yang lebih lengkap tentang minat perilaku (*Behavior Intention*) dengan faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan sistem melalui aplikasi dari kedua desain dan strategi implementasi sebagai fokus utama.

2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

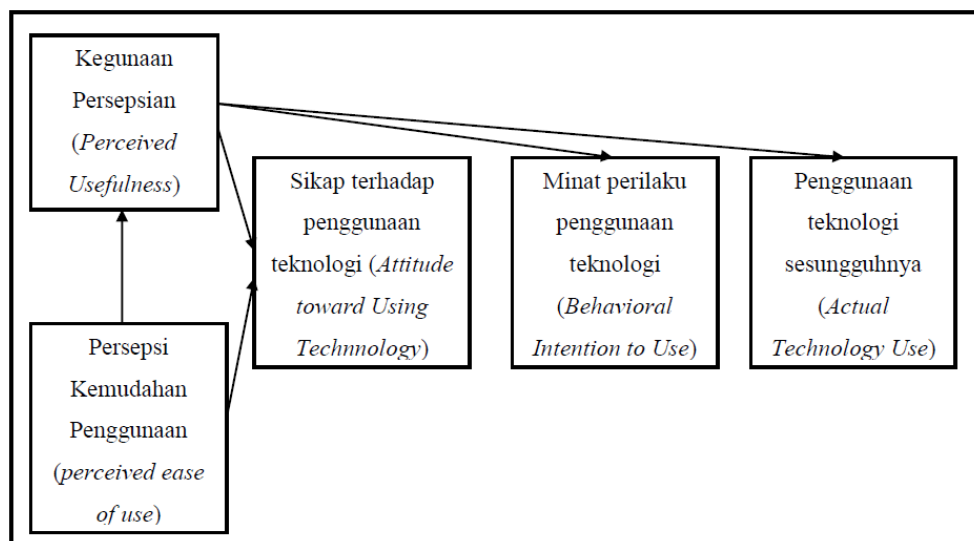
Model Penerimaan Teknologi atau TAM (*Technology Acceptance Model*) diperkenalkan oleh Fred D. Davis tahun 1986 ini merupakan adaptasi dari Teori Tindakan Beralasan atau *Theory Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimoni atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri (Davis *et al.* 1989). Model TAM berasal dari teori psikologis untuk menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi dengan kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), minat (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*) sebagai faktor penjelasnya. Menurut model ini, minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut.

Technology Acceptance Model (TAM) menambahkan dua konstruk dalam TRA, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Penerimaan teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk ini karena keduanya memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang telah teruji secara empiris (Davis, 1989). Kedua konstruk ini secara bersamaan menentukan sikap seseorang dalam penggunaan teknologi. Pada dasarnya persepsi kegunaan akan berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Dengan menggunakan kedua konstruk tersebut, TAM diharapkan dapat memberikan penjelasan atas penerimaan pengguna sistem informasi terhadap sistem informasi itu sendiri.

Model TAM menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Secara langsung, persepsi kegunaan juga dapat memengaruhi minat perilaku dan

perilaku seseorang dalam menggunakan teknologinya. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan dapat memengaruhi persepsi kegunaan. Minat perilaku seseorang juga dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku. Untuk itu, dapat dikatakan bahwa minat perilaku seseorang dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, serta sikap terhadap perilaku.

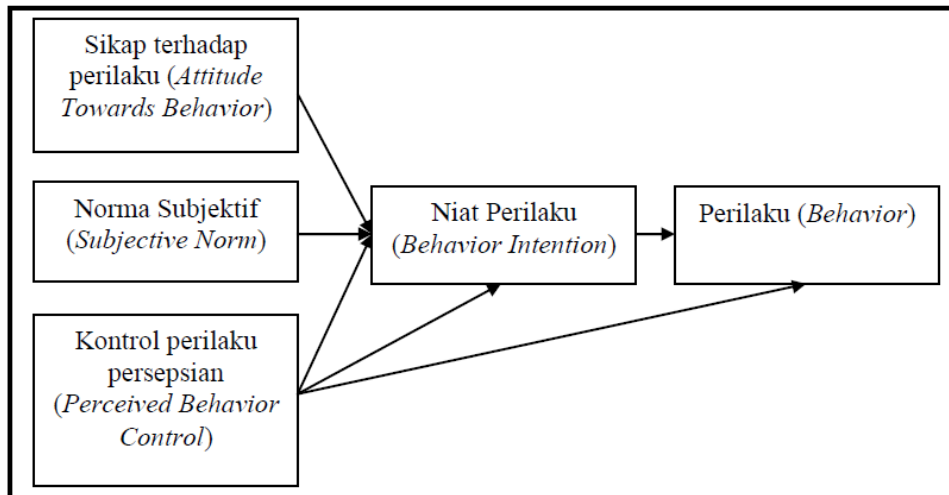
Model dasar TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) yang belum dimodifikasi digambarkan pada Gambar 2.1 Model Dasar *Technology Acceptance Model* (TAM).



Gambar 2.1. Model *Technology Acceptance Model* (TAM) Davis (1989)
Sumber : Hartono (2007:113)

2.2 *Theory of Planned Behaviour* (TPB)

Teori perilaku perencanaan (*Theory of Planned Behaviour*) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reason Action* (TRA). Ajzen (1991) mengembangkan teori TPB ini dengan menambahkan sebuah variabel yang belum ada di TRA, yaitu variabel pengendalian persepsi perilaku (*perceived behavioral control*). Bentuk dari TPB tampak sebagai berikut:

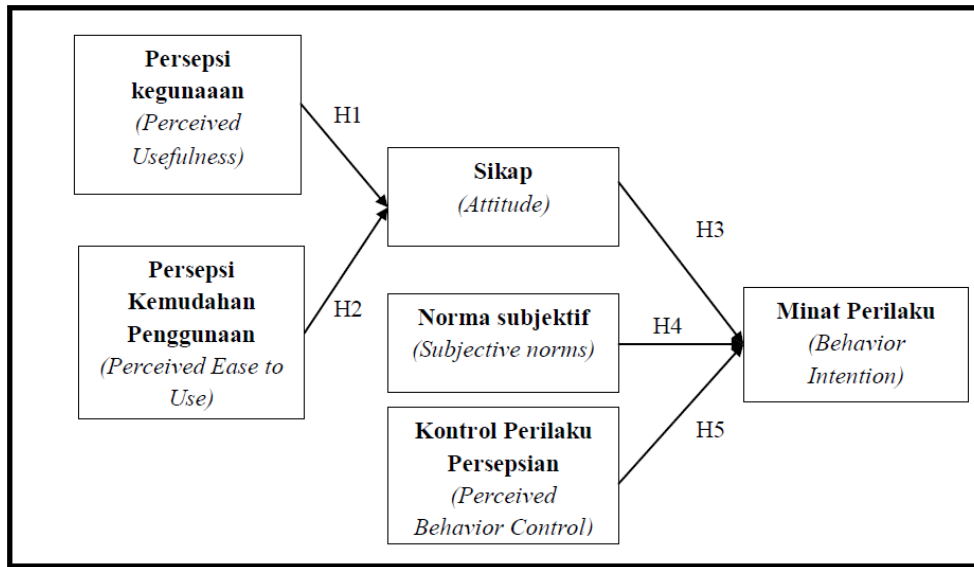


Gambar 2.2 Model Theory of Planned Behaviour (TPB) Ajzen (1991)
Sumber : Hartono (2007:62)

Inti dari TPB adalah niat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Pada TPB, sikap dan norma subjektif terhadap perilaku dinyatakan memengaruhi minat, dan memasukkan unsur pengendalian persepsi perilaku sebagai faktor tambahan yang memengaruhi perilaku sebagai faktor yang memengaruhi minat konsumen. Menurut TPB, tindakan individu pada perilaku tertentu ditentukan oleh minat individu tersebut untuk melakukan perilaku (Dharmmesta,1998 dalam Asmarani, 2012). TPB menunjukkan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan-kepercayaan yaitu kepercayaan-kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*), kepercayaan-kepercayaan normatif (*normative beliefs*), kepercayaan-kepercayaan kontrol (*control beliefs*).

2.3 Model Penelitian dan Pengembangan Hipotesis

Model dalam penelitian ini dapat kita lihat pada gambar 2.3. Model ini menunjukkan hubungan teoritis dari penelitian ini yang masing-masing hubungan merupakan hipotesis dari penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.3. Model Penelitian: Kombinasi TAM dan TPB

2.3.1 Konsep Sikap Penggunaan Mobile Banking

Sikap terhadap perilaku merupakan perasaan positif atau negatif seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Davis, 1989). Lee (2008) menyatakan bahwa sikap (*attitude*) mengacu pada persepsi individu itu sendiri, baik menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap perilaku tertentu. Dengan kata lain, sikap seseorang juga dapat dilihat dari kepercayaan seseorang untuk mau menggunakan sebuah sistem.

Dalam menggunakan *mobile banking*, kepercayaan pengguna *mobile banking* dapat ditunjukkan melalui persepsi kegunaan maupun persepsi kemudahan penggunaan. Suatu perasaan yang positif akan menunjukkan seberapa besar sebuah teknologi sistem informasi tersebut menguntungkan bagi seseorang. Apabila sebuah teknologi sistem informasi dirasa menguntungkan bagi penggunanya, perasaan positif yang ditimbulkan juga semakin besar. Dalam penelitian ini, perasaan positif pengguna *mobile banking* ditunjukkan oleh perasaan suka seseorang terhadap keuntungan yang diberikan *mobile banking*.

2.3.2 Pengembangan Hipotesis Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) Terhadap Sikap (*Attitude*)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa adanya teknologi akan meningkatkan produktivitas dan kinerja pekerjaan mereka (Davis, 1989; Davis *et al.*, 1989). Menurut Taylor dan Todd (1995) persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Dengan kata lain, konstruk ini mengandung suatu kepercayaan (*belief*) dalam hal pengambilan keputusan.

Berbagai hasil studi empiris telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya untuk menguji hubungan antara persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dengan sikap (*attitude*) dalam hal penerimaan teknologi sistem informasi. Hasilnya menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap individu dalam menggunakan teknologi sistem informasi (Maholtra dan Galetta, 1999; Vijayasarathy, 2004; Gong Xu dan Tu, 2004; Pikkarainen *et al.*, 2004; Hung, Chang dan Yu, 2006; Govindaraju dan Indriany, 2007; serta penelitian Yulihastri *et al.*, 2011 dalam Fathia 2012). Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Taylor dan Todd (1995), Kusuma dan Susilowati (2007) serta penelitian Laily (2011) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan teknologi informasi. Adanya ketidak konsistenan hasil penelitian tersebut memotivasi peneliti melakukan penelitian kembali dengan menguji pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap individu menggunakan *mobile banking*. Untuk itu, peneliti memutuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H1: Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap sikap individu untuk menggunakan *mobile banking*.

2.3.3 Pengembangan Hipotesis Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) Terhadap Sikap (*Attitude*)

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai tingkat keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu sistem sehingga tidak perlu mengeluarkan usaha yang keras. Penelitian yang dilakukan oleh Taylor dan Todd (1995) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan prediktor yang lebih signifikan terhadap sikap untuk menggunakan CRC pada grup yang tidak berpengalaman. Beberapa penelitian lain juga memberikan simpulan yang sama, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Malhotra dan Galetta (1999); Lin dan Lu (2000); Gong dan Yu (2004); Hung, Chang dan Yu (2006); Kusuma dan Susilowati (2007), dan Lu *et al.*, (2010). Hasil penelitian-penelitian tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Govindaraju dan Indriany (2007) serta penelitian Laily (2011). Hasil penelitian yang berbeda antara peneliti yang satu dengan yang lain memotivasi peneliti untuk melakukan penelitian kembali guna menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap individu menggunakan *mobile banking*. Dengan demikian, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H2: Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap sikap individu untuk menggunakan *mobile banking*.

2.3.4 Konsep Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Minat merupakan suatu kesenangan untuk melakukan kegiatan. Minat pemanfaatan teknologi berhubungan dengan cara perusahaan merencanakan dan mengatur teknologi informasi dalam mencapai manfaat potensial dan efektif. Teknologi informasi diterapkan sesuai dengan strategi bisnis.

Ajzen (1991) dan Taylor dan Tood (1995) menyatakan bahwa minat perilaku (*behavior intention*) menunjukkan keputusan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Konsep minat perilaku menyatakan bahwa motivasi individu untuk terlibat dalam perilaku didefinisikan oleh sikap yang memengaruhi perilaku individu tersebut (Fishbein dan Ajzen, 1975). Minat perilaku menunjukkan seberapa banyak usaha yang dilakukan individu untuk berkomitmen dalam melakukan suatu perilaku. Besarnya suatu komitmen mendefinisikan terwujudnya perilaku tersebut.

Minat perilaku ditentukan oleh sikap dan norma subjektif (Ajzen, 1988; Fishbein dan Ajzen, 1975). Tidak hanya itu saja, Taylor dan Todd (1995) juga memaparkan bahwa kontrol perilaku persepsian turut menentukan minat perilaku individu dalam menggunakan sistem informasi. Dalam penelitian ini, intensi (*ntention*) mengarah pada minat atau keinginan individu untuk menggunakan *mobile banking*.

2.3.5 Pengembangan Hipotesis Sikap (*Attitude*) Terhadap Minat Perilaku (*Behavior Intention*)

Sikap (*attitude*) didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Davis, 1989). Dengan kata lain, sikap seseorang juga dapat dilihat dari kepercayaan seseorang untuk mau menggunakan sebuah sistem. Kepercayaan pengguna *mobile banking* dapat ditunjukkan melalui informasi yang tercantum dalam berbagai sumber literatur maupun media massa. Kepercayaan terhadap berbagai informasi akan menghasilkan sikap yang baik oleh pengguna *mobile banking* yang akan meningkatkan sikap secara tidak langsung. Dalam penelitian ini konstruk sikap diartikan sebagai perasaan positif atau negatif pengguna *mobile banking* yang ditunjukkan oleh perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap *mobile banking*.

Beberapa penelitian telah memaparkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara sikap dan minat perilaku dalam hal penggunaan teknologi informasi (Malhotra dan Galetta, 1999; Tan dan Teo, 2000; Chau dan Hu, 2002; Lee Jihyun, 2003; Shih dan Fang, 2004; Gurung, 2006; dan Hung, Chang dan Yu, 2006). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, Taylor dan Todd (1995) menyebutkan bahwa sikap tidak memiliki pengaruh terhadap minat perilaku untuk kedua grup pengguna, baik grup yang berpengalaman maupun

yang tidak berpengalaman. Berdasarkan ketidak konsistenan beberapa penelitian di atas, peneliti termotivasi untuk menguji kembali pengaruh sikap terhadap minat perilaku individu dalam menggunakan teknologi informasi dengan objek penelitian yang berbeda, yaitu *mobile banking*. Untuk itu, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H3: Sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap minat perilaku individu untuk menggunakan *mobile banking*.

2.3.6 Pengembangan Hipotesis Norma Subjektif (*Subjectif Norm*) Terhadap Minat Perilaku (*Behavior Intention*)

Norma subjektif (*subjective norms*) adalah perasaan atau dugaan-dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada di dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu. Azjen (1988) mendefinisikan norma subjektif sebagai persepsi seseorang mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Norma subjektif mengacu pada penilaian subjektif individu mengenai preferensi orang lain dan dukungan (*support*) atas suatu perilaku.

Berbagai studi empiris yang mengkaji konstruk norma subjektif dalam penelitian terkait teknologi informasi telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa konstruk norma subjektif (*subjective norm*) memberikan pengaruh positif terhadap sikap individu dalam menggunakan teknologi sistem informasi (Lee Jihyun, 2003; Gurung, 2006; dan Chen *et al.*, 2008). Berbeda dengan hasil penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan Taylor dan Tood (1995) serta Tan dan Teo (2000) tidak memberikan hasil yang serupa. Berdasarkan hasil penelitian yang tidak konsisten antara peneliti-peneliti terdahulu yang satu dengan peneliti yang lainnya, maka peneliti tertarik untuk menguji kembali pengaruh norma subjektif terhadap minat individu menggunakan *mobile banking*. Untuk itu, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H4: Norma Subjektif (*subjective norm*) berpengaruh terhadap minat perilaku individu untuk menggunakan *mobile banking*.

2.3.7 Pengembangan Hipotesis Kontrol Perilaku Persepsian (*Perceived Behavior Control*) Terhadap Minat Perilaku (*Behavior Intention*)

Pengembangan hipotesis kontrol perilaku persepsian dalam konteks sistem teknologi informasi didefinisikan oleh Taylor dan Todd (1995) sebagai persepsi dan konstruk-konstruk internal dan eksternal dari perilaku. Kontrol ini merefleksikan pengalaman masa lalu dan juga mengantisipasi halangan-halangan yang ada. Semakin menarik sikap dan norma subjektif terhadap perilaku dan semakin besar kontrol perilaku persepsian maka semakin kuat minat

seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Beberapa penelitian memberikan hasil yang serupa bahwa kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi informasi. Penelitian yang dimaksud, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Mathieson (1991); Taylor dan Todd (1995); Chang (1998); Lee Jihyun (2003); Shih dan Fang (2004); Wu (2006); Chen *et al.* (2008), Liao dan Liu (2011), serta Ozer dan Tilmaz (2011).

H5: Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*) berpengaruh terhadap minat perilaku individu untuk menggunakan *mobile banking*.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif karena menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian secara angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Kategori penelitian ini termasuk dalam penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandung yang pernah menggunakan fasilitas layanan *mobile banking*. Dalam penelitian ini, peneliti tidak dapat mengetahui besarnya populasi yang akan diteliti secara pasti karena tidak terdapat data yang relevan dan akurat yang memberikan informasi mengenai jumlah pengguna *mobile banking* di Kota Bandung. Sampel yang digunakan adalah masyarakat Kota Bandung yang pernah menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* dari Bank Mandiri, Tbk. dan BCA Tbk. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berbasis pada *nonprobability sampling* karena besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek sampel tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan pengambilan sampel bertujuan (*purpose sampling*) berdasarkan pertimbangan tertentu (*judgement sampling*).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti menyebarkan sejumlah 300 kuisioner kepada masyarakat di Kota Bandung. Hasil pengumpulan data menunjukkan terdapat sejumlah 198 kuisioner yang diterima kembali dan 102 kuisioner yang tidak diterima kembali. Dengan demikian, peneliti dapat mengetahui tingkat *responden rate* yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebesar 66%. Setelah dilakukan tahap pemeriksaan terhadap kuisioner yang diterima kembali, sejumlah 89 kuisioner yang tidak dapat digunakan dan diolah. Hal ini disebabkan oleh adanya data yang tidak diisi secara lengkap serta adanya ketidak seriusan responden yang mengisi nilai yang sama pada *statement* positif dan *statement* negatif sehingga hal ini dapat

menimbulkan bias. Sisanya, terdapat sejumlah 109 kuisioner yang dapat digunakan dan diolah oleh peneliti sebagai sampel dalam penelitian ini.

Analisis terhadap evaluasi model pada penelitian ini menggunakan program *Partial Least Squares* (PLS) versi 2.0 M3. Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model*.

4.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Berikut akan dipaparkan hasil dari model pengukuran (*outer model*) dalam penelitian ini yang meliputi uji validitas dan reliabilitas model.

4.1.1 Validitas Konvergen

Penilaian dalam pengujian validitas konvergen didasarkan pada tiga parameter, yaitu nilai AVE dan *Communality* yang lebih dari 0,5 ($> 0,5$) dan nilai Faktor *Loading* yang lebih dari 0,7 ($> 0,7$) dianggap ideal dan minimum lebih dari 0,5 ($> 0,5$) (Hartono, 2011:71). Hasil olah data algoritma menunjukkan bahwa nilai AVE dan *communality* dari setiap konstruk memiliki nilai lebih dari 0.5. Jadi, dapat dikatakan bahwa tiap-tiap konstruk telah memenuhi syarat dari AVE dan *communality*. Selain itu, masih terdapat satu parameter lagi untuk dapat memenuhi syarat validitas konvergen, yaitu faktor *loading*. Dari hasil pengujian *outer loading* terdapat satu indikator sikap yang mempunyai nilai $< 0,5$. Berdasarkan hasil pengolahan tersebut dapat disimpulkan bahwa validitas konvergen belum dapat terpenuhi sehingga perlu dilakukan pengolahan data ulang dengan menghapuskan indikator yang tidak memenuhi kriteria *outer model*. Peneliti menghapuskan indikator kelima dari sikap karena indikator tersebut belum bernilai $> 0,5$ dan $> 0,7$.

Setelah dilakukan penghapusan satu indikator, diketahui bahwa nilai AVE dan *communality* setelah penghapusan tidak mengalami perubahan. Selanjutnya, berdasarkan hasil pengolahan data terbaru diperoleh hasil bahwa untuk nilai *outer loading* indikator setiap konstruk bernilai $> 0,5$. Dengan dihapusannya indikator kelima dari konstruk persepsi kemudahan didapatkan hasil pengujian baru yang mengindikasikan bahwa validitas konvergen dapat terpenuhi.

Goodness Of Fit (GOF)

Nilai *goodness of fit* (GOF) merupakan nilai patokan (*cut-of point*) untuk menunjukkan suatu model adalah *fit*. Peneliti telah melakukan penghitungan GOF dan menghasilkan GOF sebesar 0,787945817. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model penelitian dalam penelitian ini adalah kurang fit karena $\leq 0,90$. Hal ini dikarenakan meskipun estimasi parameter dapat

dilakukan, namun tidak untuk uji kelayakan model. Meskipun nilai dari GOF kecil, namun nilai dari R^2 dalam penelitian ini relatif tinggi. Semakin tinggi nilai R^2 menunjukkan bahwa semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

4.1.2 Validitas Diskriminan

Setelah menilai validitas konvergen, tahap selanjutnya adalah mengukur validitas diskriminan. Dalam validitas diskriminan penilaian didasarkan pada nilai dari *Cross Loading* yang lebih dari 0,7 dalam satu variabel atau konstruk. Pada penelitian ini nilai validitas diskriminan terpenuhi karena setiap indikator pada setiap variabel lebih dari 0,7 meskipun terdapat kondisi yang sama dengan penilaian faktor *loading* sebelumnya, yaitu terdapat nilai kurang dari 0,7 namun tetap dianggap valid karena masih mempunyai nilai lebih dari 0,5.

4.1.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuisisioner atau instrumen penelitian (Hartono dan Abdillah, 2009:61). Setelah melakukan pengujian terhadap validitas konstruk dan memperoleh data yang valid, maka selanjutnya dilakukan pengujian terhadap reliabilitas. Dalam uji reliabilitas dapat dilakukan dengan dua metode, yaitu a) nilai *Cronbach's Alpha* yang nilainya harus > 0,6 dan b) nilai *Composite Reliability* yang harus > 0,7.

Tabel 4.1 Tabel Algoritma (Setelah Tahap Penghapusan)

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
KPP	0,762307	0,927009		0,895060	0,762307	
MM	0,706640	0,875339	0,423686	0,801068	0,706639	0,063613
NS	0,827830	0,950558		0,930605	0,827830	
PK	0,714131	0,925799		0,900543	0,714131	
PKP	0,642603	0,914742		0,891083	0,642603	
S	0,738532	0,918509	0,529877	0,881123	0,738532	0,257003

Sumber : Data Primer (diolah)

Keterangan :

KPP : Kontrol Perilaku Persepsian,

MM : Minat Menggunakan,

NS : Norma Subjektif,

PK : Persepsi Kegunaan,

PKP : Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan

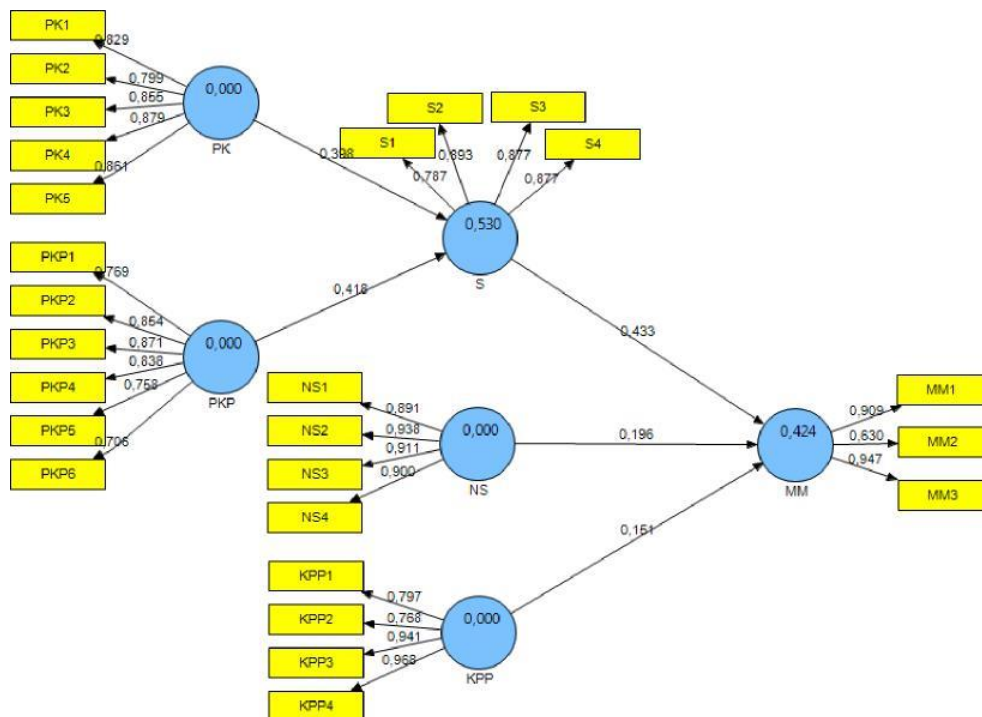
S : Sikap.

Berdasarkan Tabel Algoritma 4.1, semua variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 dan nilai *Composite Reability* > 0,7. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa data dan hasil pengukuran yang dilakukan dianggap *reliable*.

4.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah melakukan pengujian pada uji konvergen, validitas diskriminan dan uji reliabilitas

dapat disimpulkan dengan gambar model struktural 4.1 berikut ini.



Gambar 4.1 Model Struktural

Model struktural (*inner model*) dalam PLS diukur dengan menggunakan R^2 untuk konstruk dependen dan nilai koefisien *path* atau *t-value* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Menurut Hartono (2011:86), ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai *T-table* dan *T-statistic*. Jika nilai *T-statistic* lebih tinggi dibandingkan *T-table*, berarti hipotesis terdukung. Untuk tingkat keyakinan 95 persen (*alpha* 5 persen), nilai *T-table* untuk hipotesis dua ekor (*two*

tailed) adalah 2 1.96 dan untuk hipotesis satu ekor (*one tailed*) adalah 2 1.64. Hasil model struktural (*inner model*) nampak pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Model Struktural (*Inner Model*)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
KPP -> MM	0,150500	0,152320	0,092339	0,092339	1,629859
NS -> MM	0,196199	0,204449	0,089864	0,089864	2,183283
PK -> S	0,398321	0,392762	0,089685	0,089685	4,441351
PKP -> S	0,417581	0,428743	0,074843	0,074843	5,579458
S -> MM	0,433161	0,425579	0,101456	0,101456	4,269460

Sumber : Data Primer (diolah)

Dalam pengujian hipotesis, apabila nilai koefisien *path* yang ditunjukkan oleh nilai statistik T (*T-statistic*) $\geq 1,96$, hipotesis alternatif dapat dinyatakan didukung. Namun apabila nilai statistik T (*T-statistic*) $\leq 1,96$, hipotesis alternatif dinyatakan tidak didukung. Dari hasil pengolahan data pada Tabel Model Struktural 4.2 dapat dilihat nilai statistik T (*T-statistic*) pada konstruk dan menentukan didukung atau tidaknya hipotesis tersebut.

Tabel 4.3 Ringkasan Uji Hipotesis

Hipotesis		T Statistics	Hasil
H1 :	Persepsi Kegunaan - * Sikap	4,441351	Didukung
H2 :	Persepsi Kemudahan Penggunaan - * Sikap	5,579458	Didukung
H3 :	Sikap - * Minat Menggunakan <i>Mobile banking</i>	4,269460	Didukung
H4 :	Norma Subjektif - * Minat Menggunakan <i>Mobile banking</i>	2,183283	Didukung
H5 :	Kontrol Perilaku Persepsian - * Minat Menggunakan <i>Mobile banking</i>	1,629859	Tidak Didukung

Sumber : Data Primer (diolah)

Dari ringkasan uji hipotesis Tabel 4.3, dapat disimpulkan bahwa H1, H2, H3, H4 didukung dan H5 tidak didukung. Persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi sikap lebih besar dibandingkan persepsi kegunaan. Konstruk sikap memengaruhi minat menggunakan *mobile banking* lebih besar pula dibanding norma subjektif.

5. KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat individu untuk menggunakan *mobile banking* ditentukan oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Hasil penelitian ini mendukung model kombinasi TAM dan TPB. Dalam penelitian ini, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan persepsi kegunaan pada sikap individu dalam menggunakan *mobile banking*. Persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi sikap individu dalam menggunakan *mobile banking* dikarenakan memberi kemudahan bagi penggunanya dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*. Sikap memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan norma subjektif pada minat individu dalam menggunakan *mobile banking*. Sikap memengaruhi individu dalam penggunaan *mobile banking* dikarenakan sikap sebagai perasaan positif atau negatif pengguna *mobile banking* yang ditunjukkan oleh perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap *mobile banking*. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan bahwa minat individu dalam menggunakan *mobile banking* ditentukan oleh kontrol perilaku persepsian. Kontrol perilaku persepsian berkaitan dengan kesesuaian pendidikan, kompetensi pada individu, pengalaman terkait dengan penggunaan *mobile banking* dan kemudahan dalam pembelajaran sesuatu yang baru. Dalam hal ini nasabah Bank Mandiri, Tbk. dan Bank BCA, Tbk. Kota Bandung masih merasa kesulitan dalam mengoperasikan *mobile banking* karena terbatasnya pengetahuan yang dimiliki serta kurangnya kemampuan individu untuk melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan *mobile banking*.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian statistik terdapat beberapa implikasi studi baik pada teori dan praktik pemanfaatan *mobile banking*. Implikasi studi pada teori adalah hasil penelitian ini dapat memberikan suatu model pengujian yang berbeda dengan Taylor dan Todd (1995). Peneliti menggunakan model keperilakuan, yaitu kombinasi TAM dan TPB yang hanya diuji sampai dengan minat. Penelitian ini dapat menambah hasil empiris di bidang sistem informasi khususnya dalam hal persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Implikasi pada praktiknya, hasil penelitian ini akan menambah informasi bagi pendesain sistem dan manajemen perusahaan bagi lembaga perbankan untuk dapat mengembangkan sistem informasi dengan mempertimbangkan pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, dan norma subjektif terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil

penelitian ini tidak berhasil membuktikan bahwa kontrol perilaku persepsian memengaruhi minat individu dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan kata lain, penggunaan *mobile banking* masih dirasa sulit digunakan oleh para penggunanya sehingga lembaga perbankan dirasa perlu memberikan edukasi dan pemahaman kepada masyarakat atas manfaat dan fungsi yang diperoleh dari penggunaan *mobile banking*. Hal ini nantinya akan berpengaruh pada kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna *mobile banking* untuk dapat menggunakan *mobile banking* dalam waktu dekat.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih terdapat keterbatasan. Berikut ini adalah beberapa keterbatasan dari penelitian ini serta saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Penelitian ini hanya memperbandingkan dua model keperilakuan psikologi sosial, yaitu TAM dan TPB dengan beberapa konstruk yang digunakan, antara lain persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian pada minat individu untuk menggunakan *mobile banking*. Namun, peneliti tidak menambah konstruk lain yang lebih berpengaruh pada minat individu dalam menggunakan *mobile banking*, misalnya persepsi risiko. Bagi kelompok masyarakat tertentu, menggunakan *mobile banking* dalam memanfaatkan layanan perbankan merupakan suatu pilihan yang kurang efektif ketika tingkat mobilitas rendah ataupun masih dianggap susah digunakan dan rawan risiko. Untuk itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan kembali untuk memperluas model keperilakuan atas penerimaan teknologi guna mencakup konstruk teoritis penting lainnya.
2. Dalam penelitian ini, fokus penelitian tidak terbatas pada salah satu golongan masyarakat. Dalam hal ini, penggunaan *mobile banking* pada tiap golongan masyarakat akan berbeda satu sama lain. Misalnya, karyawan cenderung lebih banyak menggunakan *mobile banking* karena faktor kemudahan, efektif, serta efisien dalam menunjang transaksi shari-hari. Hal ini akan berbeda dengan golongan masyarakat yang tidak bekerja (misalnya ibu rumah tangga). Untuk itu, peneliti berharap agar penelitian selanjutnya bisa melakukan penelitian dengan berfokus pada salah satu golongan masyarakat.
3. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel bertujuan (*purpose sampling*) berdasarkan pertimbangan tertentu (*judgement sampling*), sehingga pemilihan subjek yang berada di tempat yang paling menguntungkan atau dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang diperlukan yang akan diambil. Sehingga, metode ini memiliki kelemahan bahwa hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang rendah. Untuk itu, peneliti berharap agar penelitian

selanjutnya bisa melakukan penelitian dengan menggunakan metode *probability* sampling karena memiliki tingkat generalisasi yang tinggi karena pemilihan sampel dalam metode ini dilakukan secara objektif dan tiap subjek memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol. 50; 179-211.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakara : Rineke Cipta.
- Baridwan, Zaki. 2001. *Sistem Akuntansi (Penyusunan Prosedur dan Metode)*. Yogyakarta: BPFE.
- Bodnar, George H. and Hopwood, William S. *Sistem Informasi Akuntansi Edisi 9*. Terjemahan Agung Julianto dan Lilis Setiawati. 2004. Yogyakarta: Andi.
- Chau, Patrick Y.K. and Hu, Paul J. 2002. *Investigating Healthcare Professional's Decisions To Accept Telemedicine Technology: An Empirical Test Of Competing Theories*. Elsevier *Information and Management*. Vol. 39; 297-311.
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*. Vol 13 (3); 319-340.
- Fishbein, M and Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intentions and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesely. Boston. MA.
- Gong, M., dan Ajzen, I. 1975. *An Enhanced Technology Acceptance Model For Web-Based Learning*. *Journal of Information Systems Education*. Vol. 15(4); 365-374.
- Gurung, Anil. 2006. *Empirical Investigation of The Relationship of Privacy Security and Trust With Behavioral Intention to Transact in E-Commerce*. Thesis. The University of Texas at Arlington.
- Hartono, Jogyanto. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Hartono, Jogyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Hartono, Jogyanto. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Hartono, J., dan Abdillah W. 2009. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE.
- Hartono, Jogyanto. 2011. *Konsep dan Aplikasi Stuktural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.

- Howard and Shet. 1967. *The Theory of Buyer Behavior*. New York : Willey and Son.
- Hung, S.Y., Chang, C.M., Yu, T.J. 2006. Determinants of User Acceptance of The Government Services: The Case of Online Tax Filling and Payment Systems. *Government Information Quarterly*. Vol. 23; 97-122.
- Indrianto, N., dan Supomo, B. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Lee, Jihyun. 2003. *Factors Affecting Intention to Use Online Financial Servicer*. Dissertation. Korea: The Ohio State University.
- Lee, MC. 2008. *Predicting Behavioral Intention to Use Online Banking*. *Proceedings of the 19th International Convergence on Information Management*.
- Lee, Ming-Chi. 2009. Factors Influencing The Adoption of Internet Banking: An Integration of TAM and TPB with Perceived Risk and Perceived Benefit. *International Journal of Electronic Commerce Research and Applications*. Vol. 8; 130-141.
- Lewis, Nicole K., A., dan Moll, A. 2010. *Predicting Young Costumers Take Up of Mobile Banking Services*. *Journal of Bank Marketing*. Vol.28; 410-432.
- Liao, Hsiu Li dan Liu Su-Houn. 2011. *The Effect of Course, System and Perception Antecedents On Adult Learner's Behaviour*. *Issues in Information System*. Volume XII (2); 223-230.
- Lin, C.C.J., and Lu, H. 2000. *Towards An Understanding of The Behavioral Intention to Use A Web Site*. *International Journal of Information Management*. Vol. 20 (3); 197-208.
- Lu C.T., Huang S.Y, and Lo P.Y. 2010. *An Emprical Study of On-Line Tax Filling Acceptance Model : Integrating TAM dan TPB*. *African Journal of Business Management*. Vol. 4(5); 800-810.
- Mathieson, K. 1991. *Predicting user intentions: Comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior*. *Information System Research*. Vol. 21 (3) ; 173-191.
- Ozer, Gokhan and Yolmaz, Emine. 2011. *Comparison of The Theory of Reasoned Action and The Theory of Planned Behavior: an Application on Accountant's Information Technology Usage*. *African Journal of Business Management*. Vol. 5(1); 50-58.
- Nah, F.F.H., Tan, Xin., and Teh, Song H. 2004. *An Empirical Investigation on End-User's Acceptance of Enterprise Systems*. *Idea Group Publishing*. Vol. 17(3); 32-53.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H. And Pahnla, S. 2004. *Costumer Acceptance of Online Banking: An Extension of The Technology Acceptance Model*. *Internet Research*. Vol. 14 (3); 224-235.
- Romney, Marshall B. Dan Steinbart, Paul J. 2004. *Sistem Informasi Akuntansi*. Terjemahan Dewi Fitriyani dan Deny Arnos. 2005. Jakarta: Salemba Empat.

- Shih, Y.Y., and Fang, K. 2004. *The Use of A Decomposed Theory of Planned Behavior to Study Internet Banking in Taiwan. Internet Research*. Vol. 14(3); 213-223.
- Tan, M., and Teo, T.S.H. 2000. *Factors Influencing the Adoption of Internet Banking. Journal of Associations for Information System*. Vol. 1 (5); 1-42.
- Taylor, Shirley., dan Todd, Peter A. 1995. *Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. Information System Research*. Vol 6 (2); 144-176.
- Vijayasarathy, Leo R. 2004. *Predicting Costumer Intentions to Use On-line Shopping: The Case for an Augmented Technology Acceptance Model. Informastion & Management*. Vol.41; 747-762.
- Wilkinson, W. J., Cerullo. J. M., Raval. V., Wong-on-Wing. B. 2000. *Accounting Information Systems Fourth Edition: Essential Concepts and Applications*. New Jersey: John Wiley and Sons. Inc.
- Wu, Shwu Ing. 2006. *A Comparison of The Behavior of Different Customer Cluster Towards Internet Bookstores. Information & Management*. Vol. 43; 986-1001.