



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

KARYA AKHIR

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *INNOVATION*
RESISTANCE PADA PENGGUNAAN LAYANAN *MOBILE BANKING*
(STUDI KASUS : NASABAH BANK CENTRAL ASIA)**

Diajukan Oleh :
YUDHA TRI UTAMA
0606 145 366

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR
MAGISTER MANAJEMEN
2008





UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

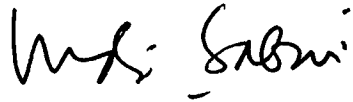
TANDA PERSETUJUAN KARYA AKHIR

Nama : Yudha Tri Utama
Nomor Mahasiswa : 0606 145 366
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Karya Akhir : Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Innovation Resistance* pada Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Studi Kasus: Nasabah Bank Central Asia)

Tanggal : Ketua Program Studi
Magister Manajemen


: Rhenald Kasali Ph.D

Tanggal : 5 Mei 2008 Pembimbing Karya Akhir


: Nurdin Sobari, MM CAAE



BERITA ACARA PRESENTASI KARYA AKHIR

Pada hari **SABTU**, tanggal **26 APRIL 2008**, telah dilaksanakan presentasi Karya Akhir dari mahasiswa dengan

Nama : Yudha Tri Utama

No. Mhs : 0606145366

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran - Pagi

Presentasi tersebut diuji oleh tim penguji yang terdiri dari :

Nama :

Tanda Tangan

1. **Dr. Yanki Hartijasti**
(Ketua)

2. **Andi Muhammad Sadat, MSi**
(Anggota 1)

3. **Nurdin Sobari, MMCAAE**
(Anggota 2/Pembimbing)

Mengetahui,

Ratna Wardani, MM
Kepala Bagian Administrasi Akademik

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yudha Tri Utama
No. Mahasiswa : 0606 145 366
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

- 1) Karya akhir yang berjudul :
Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Innovation Resistance* pada Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Studi Kasus: Nasabah Bank Central Asia)
Penelitian yang terkait dengan karya akhir ini adalah hasil dari kerja saya sendiri.
- 2) Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain baik berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam karya akhir ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur referensi dalam disiplin ilmu.
- 3) Saya juga mengakui bahwa karya akhir ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh oleh pembimbing saya, yaitu :
Nurdin Sobari, MM CAAE

Apabila dikemudian hari dalam karya akhir ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik oleh saya, maka gelar akademik saya yang telah saya dapatkan akan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Jakarta, April 2008



Yudha Tri Utama

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Karya Akhir yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Innovation Resistance* pada Layanan *Mobile Banking* (Studi Kasus : Nasabah Bank Central Asia)” ini dapat diselesaikan dengan baik. Karya akhir ini diajukan guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi pada program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Selama penyusunan tugas akhir ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, dan pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rhenald Kasali Ph.D selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
2. Bapak Nurdin Sobari, MM CAAE selaku dosen pembimbing karya akhir. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, tenaga, ilmu dan arahan yang diberikan kepada penulis selama penyusunan karya akhir ini.
3. Ibu Dr.Yanki Hartijasti dan Bapak Andi Muhammad Sadat, MSi selaku dosen penguji karya akhir. Terima kasih atas saran atau masukan yang diberikan dalam penulisan karya akhir ini.
4. Seluruh staf pengajar Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, yang telah berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis.

5. Seluruh staf administrasi pendidikan, perpustakaan, dan laboratorium komputer Program MMUI yang telah membantu dalam penyusunan karya akhir ini.
6. Ibu dan kakak-ku yang telah memberikan kasih sayang serta bantuan yang tidak ternilai kepada penulis.
7. Kepada bapak Prabowo Soenirman, MM, Terima kasih atas segala kasih sayang dan bantuan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis berkesempatan untuk melanjutkan studi pada program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
8. Kepada Desi Kurniasari, terima kasih atas segala kasih sayang, bantuan dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
9. Sahabat Saya Irawan Danoe Koencoro, Pradono Suryo Guritno, Yudistira Novianto Utomo, Muhammad Abdurrahman Sheikhbubakar, Super SPL Tobing, serta tidak lupa seluruh rekan kelas E-062 dan kelas Pemasaran Pagi D-062. Terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini.

Penulis menyadari bahwa karya akhir ini tidak terlepas dari kekurangan. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap masukan yang membangun menuju karya yang lebih baik. Semoga hasil penelitian ini memberikan banyak manfaat. Terima Kasih.

Jakarta, April 2008

Yudha Tri Utama

RINGKASAN EKSEKUTIF

Mobile banking sebagai suatu bentuk inovasi dari layanan pendukung yang disediakan oleh pihak bank memiliki nilai tambah karena menawarkan mobilitas dan kepraktisan untuk bertransaksi. Akan tetapi, tidak semua konsumen menganggap bahwa *mobile banking* merupakan sesuatu yang harus mereka konsumsi. Salah satu bukti fenomena ini ditunjukkan dari rasio pengguna layanan *mobile banking* yang disediakan oleh Bank Central Asia (BCA) pada semester ke-dua tahun 2007 yang baru mencapai 6.9 % jika dibandingkan dari total nasabah BCA. Hal tersebut dapat diakibatkan oleh adanya *innovation resistance* di kalangan konsumen khususnya pada nasabah BCA, mengingat layanan ini sudah diluncurkan sejak tahun 2001.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sinkkonen, et al pada tahun 2007 mengemukakan bahwasanya terdapat resistensi konsumen dalam mengadopsi layanan *mobile banking*. Model yang digunakan pada penelitian ini mengacu kepada teori *innovation resistance* yang diajukan oleh Ram dan Sheth pada tahun 1989.

Innovation resistance dipengaruhi oleh dua faktor penghalang yaitu *functional barrier* dan *psychological barrier*. *Functional barrier* terdiri atas *usage barrier*, *value barrier* dan *risk barrier*, dimana faktor *psychological barrier* dibagi atas *tradition barrier*, *image barrier*, dan *information barrier*.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor *barrier* mana yang memiliki pengaruh signifikan terhadap resistensi pada layanan *mobile banking* di Indonesia pada umumnya dan di Jakarta pada Khususnya. Objek yang digunakan pada penelitian ini ialah nasabah BCA berumur 17 tahun atau lebih yang tidak atau belum pernah menggunakan layanan *mobile banking* dari bank manapun. Terdapat 14 indikator

yang digunakan untuk mengukur faktor-faktor yang dapat mempengaruhi resistensi. Penelitian ini menggunakan metode analisis faktor eksploratori dalam mengelompokkan setiap dimensi menjadi faktor baru mengacu kepada model awal. Uji analisis varian faktor tunggal (*ANOVA*) kemudian digunakan untuk menguji signifikansi dan tingkat pengaruh masing-masing faktor dalam mempengaruhi resistensi pada *mobile banking*.

Hasil analisis faktor membentuk lima faktor baru yang dikategorikan sebagai *usage barrier*, *value barrier*, *risk barrier*, *tradition barrier*, dan *information barrier*.

Dari hasil uji *ANOVA* diperoleh beberapa hasil yaitu: kelima faktor secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap resistensi, namun secara parsial hanya faktor *risk barrier* yang memiliki pengaruh secara signifikan. Pada uji pengaruh faktor interaksi, diperoleh hasil bahwa kehadiran *usage barrier* bersama-sama *value barrier* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap resistensi, demikian pula pada interaksi antara *usage barrier* bersama *tradition barrier*, *risk barrier* bersama *tradition barrier*, dan faktor *usage barrier* bersama *information barrier*.

Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini yaitu faktor keamanan menjadi hal yang harus diperhatikan terlebih dahulu bagi pemasar dalam mengatasi masalah resistensi nasabah terhadap *mobile banking* di Indonesia pada umumnya. Masalah persepsi mengenai tingkat resiko yang tinggi dapat diatasi melalui strategi komunikasi yang bersifat edukatif, yang disinergikan dengan pengembangan struktur jaringan sistem yang lebih aman dan handal. Secara lebih lanjut juga diperlukan pendekatan informatif, penyempurnaan *user interface*, dan peningkatan *added value* dalam upaya mereduksi resistensi.

EXECUTIVE SUMMARY

Mobile banking service as a form of innovation offer added value to customer because of their mobility and compatibility in practise. On the contrary, adaption level of *mobile banking* service in Indonesia is still in infancy, showed by low rate customer of mobile banking service provided by “Bank Central Asia (BCA)”.

Several factors that may cause these phenomena had been identified by Ram and Sheth (1989) with their theory of innovation resistance. Research study by Sinkkonen, et al in Finland at 2007 stated that innovation resistance in mobile banking service can be explained by five barriers (usage barrier, value barrier, risk barrier, tradition barrier, and image barrier).

A total 150 samples were used in this resarch to explore which barriers have significant level influencing resistance on mobile banking of customer in Indonesia generally, and customer in Jakarta specifically. Exploratory factor analysis and univariate analysis of variance were used to give the interpretation from the data collected.

The results attest that risk barrier has significant influence on resistance while whole factors appear simultaneously. This means that customer in Indonesia generally perceive mobile banking has high risk and uncertain performance to be adopted. Interaction of usage with value, usage with tradition, risk with tradition, and usage with information also have significant level in influencing resistance. Moreover, giving high priority on solving risk factor before breaking other factors expected can help reducing resistance.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
RINGKASAN EKSEKUTIF	iii
EXECUTIVE SUMMARY.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian	4
1.3 Batasan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Metodologi Penelitian.....	5
1.7 <i>Theoretical Framework</i>	6
1.8 Alur Penelitian	6
1.9 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II. STUDI KEPUSTAKAAN.....	9
2.1 Perilaku Konsumen	9
2.2 <i>Innovation Resistance</i>	9

2.2.1	<i>Functional Barrier</i>	11
2.2.2	<i>Psychological Barrier</i>	13
2.2.3	Hasil Penelitian Sebelumnya	15
2.2.4	Strategi Pemasaran dalam Menghadapi <i>Innovation Resistance</i>	16
BAB III. GAMBARAN UMUM PT. BANK CENTRAL ASIA (BCA), Tbk		20
3.1	Sejarah Singkat PT Bank Central Asia (BCA), Tbk	20
3.2	Visi dan Misi PT Bank Central Asia (BCA), Tbk	21
3.3	Produk dan Layanan BCA	21
3.3.1	Produk Perbankan Individu	21
3.3.2	Produk Perbankan Komersial	22
3.3.3	Layanan Perbankan Elektronik	22
BAB IV. METODOLOGI PENELITIAN		27
4.1	Desain Penelitian	27
4.1.1	Riset Eksploratori	27
4.1.2	Riset Deskriptif	28
4.1.2.1	Metode <i>Sampling</i>	28
4.1.2.2	Metode Pengumpulan Data	29
4.1.2.3	Desain Kuesioner	29
4.2	Metode Analisis	31
4.2.1	Analisis Faktor	32
4.2.2	Analisis Varian Faktor-Tunggal (<i>ANOVA</i>)	33
4.2.3	Sistematika Analisis Data secara Statistik	35

BAB V. HASIL PENELITIAN.....	36
5.1 Data Responden	36
5.1.1 Rata-rata Usia Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
5.1.2 Tingkat Pendidikan Responden	37
5.1.3 Pekerjaan Responden	38
5.1.4 Tingkat Pengeluaran Rata-rata per-bulan Responden.....	38
5.1.5 Transaksi yang Umumnya Dilakukan Responden Melalui ATM BCA	39
5.1.6 Sumber Informasi <i>Mobile Banking</i> BCA Pertama Kali.....	40
5.2 Hasil Analisis Faktor.....	41
5.3 Hasil Uji Analisis Varian Faktor Tunggal (<i>ANOVA</i>).....	43
5.3.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Variabel Bebas Secara Bersama	43
5.3.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Variabel Bebas Secara Parsial	45
5.3.3 Pengujian Hipotesis Pengaruh Faktor Interaksi Terhadap Resistensi.....	48
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	52
6.1 Kesimpulan	52
6.2 Implikasi Manajerial	52
6.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	54
DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR TABEL

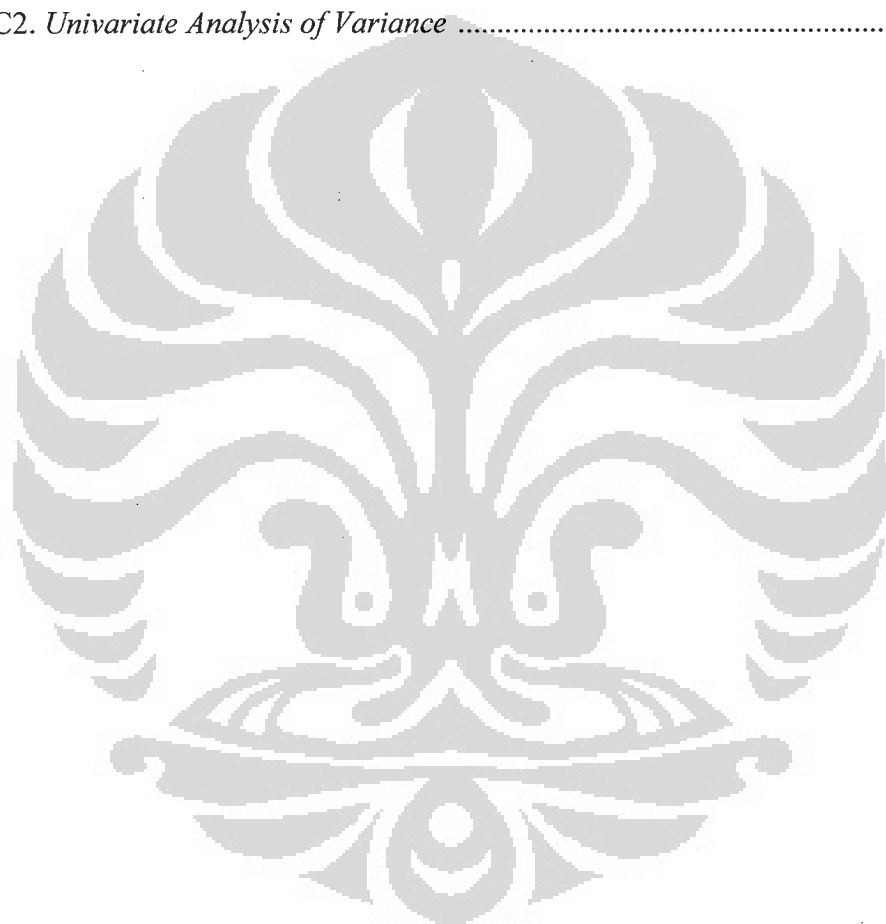
Tabel 2.1	Klasifikasi Strategi Pemasaran dalam Merespon <i>Innovation Resistance</i>	17
Tabel 3.1	Kategori dan Layanan dari <i>Mobile Banking</i> BCA (m-BCA).....	25
Tabel 3.2	Biaya Transaksi Layanan m-BCA dari Operator XL, INDOSAT, dan TELKOMSEL	26
Tabel 4.1	Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 5.1	Faktor-faktor Baru yang Terbentuk Melalui <i>Exploratory Factor Analysis</i>	42
Tabel 5.2	Uji-Hipotesis pada Pengaruh Variabel bebas secara Bersama.....	44
Tabel 5.3	Uji- <i>t</i> pada Pengaruh Variabel bebas secara Terpisah.....	46
Tabel 5.4	Uji- <i>F</i> , Nilai <i>P-value</i> dan Signifikansi Pengaruh Faktor Interaksi Variabel Bebas terhadap Resistensi	48
Tabel 5.5	Uji- <i>t</i> pada Pengaruh Faktor Interaksi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Penelitian : Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Innovation Resistance</i>	6
Gambar 1.2 Alur Penelitian.....	7
Gambar 4.1 Kerangka Berfikir pada Penelitian	31
Gambar 5.1 Perbandingan Rata-rata Jenis Kelamin Responden.....	36
Gambar 5.2 Grafik Perbandingan Rata-rata Usia Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Gambar 5.3 Perbandingan Rata-rata Tingkat Pendidikan Responden.....	37
Gambar 5.4 Pekerjaan Responden	38
Gambar 5.5 Grafik Perbandingan Tingkat Pengeluaran Rata-rata per-Bulan Responden.....	39
Gambar 5.6 Jenis-jenis Transaksi Non-Tunai yang Umumnya Dilakukan Responden Melalui ATM BCA	40
Gambar 5.7 Grafik Sumber Informasi Pertama <i>Mobile Banking</i> BCA	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner Penelitian	L1
Lampiran B. Data Responden	L13
Lampiran C1. <i>Factor Analysis</i>	L16
Lampiran C2. <i>Univariate Analysis of Variance</i>	L25



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan yang semakin memudahkan manusia dalam beraktivitas. Demikian pula pada perkembangan transaksi keuangan dibidang perbankan yang semakin hari kian maju dan memberikan kemudahan kepada nasabah. Ketatnya persaingan menuntut setiap perusahaan perbankan untuk terus berinovasi melalui teknologi, meskipun hal ini sama artinya dengan mereka harus menanamkan investasi yang cukup besar untuk alokasi biaya *hardware* dan *software* perbankan.

Situs Wikihost.org mengemukakan bahwa tahun 2000 merupakan awal era perusahaan perbankan di Indonesia mulai menerapkan layanan *internet banking* (*e-banking*) dan *mobile banking* yang memudahkan nasabah untuk mengakses layanan kapanpun dan dimanapun. Pousttchi dan Schurig (2004), mengemukakan definisi *mobile banking* sebagai suatu cara dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan berdasarkan prosedur elektronik melalui perangkat komunikasi *mobile* atau telepon seluler. Kehadiran kedua layanan ini semakin populer seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna Internet dan layanan selular di Indonesia.

Dari sisi nasabah, layanan *mobile banking* selain dapat menghemat biaya juga dapat menghemat waktu karena mereka tidak perlu mendatangi dan mengantre bank atau ATM untuk melakukan transaksi. *Mobile banking* memiliki keunggulan dibandingkan *internet banking* dari sisi mobilitas dan kepraktisannya karena tidak membutuhkan penggunaan komputer/laptop yang terkoneksi internet untuk melakukan transaksi.

Dari sisi pihak bank, implementasi *mobile banking* lebih menguntungkan dibandingkan penggunaan ATM atau melalui transaksi langsung di kantor cabang. Bila nasabah melakukan suatu transaksi melalui ATM atau kantor cabang, maka biaya transaksi dibebankan kepada pihak bank, namun bila transaksi dilakukan melalui layanan pesan singkat (SMS), maka bank justru akan menerima keuntungan yang dibagi dari pihak operator seluler (www.kedaulatan-rakyat.com, 14 Maret 2006).

Kegiatan transaksi *mobile banking* saat ini dapat dilakukan melalui SMS, SIM Tool-kit, koneksi via WAP (*wireless application protocol*) dan via GPRS (*general package radio station*). Situs X-phone.com memberitakan bahwa layanan *mobile banking* via WAP di Indonesia sendiri kurang populer karena tidak semua ponsel memiliki fitur ini, dan pada akhir tahun 2007 Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan bank di Indonesia pertama dan satu-satunya yang menerapkan layanan *mobile banking* via GPRS.

Pihak bank pada umumnya menerapkan layanan *mobile banking*-nya dalam bentuk SMS atau *SIM Tool-Kit*. Penggunaan layanan via SMS mengharuskan pengguna untuk mengetikkan dan mengirimkan perintah ke nomor tujuan, sedangkan melalui *SIM Tool-kit*, nasabah dapat mengakses langsung layanan pada menu yang terintegrasi pada *SIM card* tanpa perlu mengetikkan perintah SMS. Akan tetapi fitur *SIM Tool-kit* masih tergolong baru dalam pengaplikasiannya dan terbatas pada operator seluler yang menyediakan menu tersebut, sehingga untuk pengguna seluler yang menginginkan fitur ini harus melakukan *upgrade* terhadap *SIM Card*-nya terlebih dahulu.

Bank Central Asia (BCA) sebagai salah satu bank swasta terbesar ikut serta dalam memelopori layanan *mobile banking* di Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan tahunan BCA, hingga akhir tahun 2006, BCA memiliki

sejumlah 6,824,860 total nasabah yang tersebar di 791 cabang dengan didukung 5024 jaringan ATM di seluruh Indonesia. Sejak tahun 2001 *mobile banking* BCA diluncurkan hingga semester ke-dua tahun 2007, terdapat sekitar 495,469 nasabah (atau sekitar 6.9 % dari total nasabah BCA pada periode tersebut) yang menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini menjadi salah satu indikator bahwa potensi penetrasi *mobile banking* di kalangan nasabah BCA masih terbuka lebar, dan demikian pula halnya pada nasabah dari bank-bank lain di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Sinkkonen, et al (2007) mengemukakan terdapat resistensi konsumen pada saluran layanan perbankan baru seperti halnya *mobile banking*. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menyebabkan mengapa konsumen merasa enggan untuk mengadopsi inovasi sebagai sesuatu hal baru. Resistensi terhadap inovasi atas produk/jasa muncul ketika konsumen tidak menginginkan adanya perubahan karena mereka telah merasa nyaman dengan keadaan sebelumnya, atau inovasi tersebut bertentangan dengan kebiasaan yang mereka yakini (Ram, 1989). Resistensi tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor penghalang yang bersifat fungsional (*functional barrier*) dan psikologis (*psychological barrier*). *Functional barrier* terdiri dari *usage barrier*, *value barrier* dan *risk barrier*, sedangkan faktor *psychological barrier* mencakup *tradition barrier*, dan *image barrier*. (Ram dan Sheth, 1989). Laukkanen, et al (2007) kemudian menambahkan *information barrier* sebagai salah satu faktor penghalang pada model penelitian selanjutnya kedalam *psychological barrier*.

1.2 Masalah Penelitian

Penetrasi penggunaan *mobile banking* di Indonesia saat ini dirasa belum mencapai hasil yang optimal. Salah satunya ditunjukkan dari rasio pengguna *mobile banking* BCA yang menunjukkan tingginya potensi ekspansi. Padahal layanan ini memberikan banyak keuntungan dari sisi nasabah dan pihak bank. Identifikasi atas faktor-faktor yang menjadi *barrier* terhadap *innovation resistance* merupakan salah satu kunci keberhasilan dari upaya untuk meningkatkan penggunaan layanan *mobile banking* di kalangan nasabah.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan dalam penelitian ini, antara lain:

- a) Apakah faktor *functional barriers* (terdiri dari *usage barrier*, *value barrier* dan *risk barrier*) serta faktor *psychological barrier* (terdiri dari *tradition barrier*, *information barrier*, dan *image barrier*) mempengaruhi resistensi nasabah BCA terhadap adopsi layanan *mobile banking*?
- b) Faktor-faktor *barrier* apa saja yang paling mempengaruhi resistensi nasabah BCA terhadap adopsi layanan *mobile banking*?
- c) Bagaimana pengaruh interaksi dari masing-masing faktor terhadap resistensi?

1.3 Batasan Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada layanan *mobile banking* yang dengan subjek penelitian yaitu nasabah BCA di Jakarta yang tidak atau belum pernah menggunakan layanan *mobile banking* dari bank manapun, dan umumnya melakukan kegiatan transaksi perbankan secara konvensional.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini antara lain, yaitu untuk:

- a) Menguji pengaruh faktor *functional barriers* (terdiri dari *usage barrier*, *value barrier* dan *risk barrier*) serta faktor *psychological barrier* (terdiri dari *tradition barrier*, *information barrier*, dan *image barrier*) terhadap resistensi nasabah BCA dalam mengadopsi layanan *mobile banking*
- b) Mengetahui faktor-faktor *barrier* mana yang memiliki pengaruh dominan terhadap resistensi pada layanan *mobile banking*.
- c) Mengetahui pengaruh faktor interaksi dari masing-masing faktor terhadap resistensi.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi literatur pemasaran khususnya di bidang *mobile commerce* dan atau layanan penunjang perbankan dalam melakukan strategi pemasaran yang lebih efektif, bagi literatur perilaku konsumen mengenai fenomena resistensi suatu inovasi, dan bagi para pembaca dalam memahami faktor-faktor penghalang yang mempengaruhi resistensi konsumen terhadap layanan *mobile banking*.

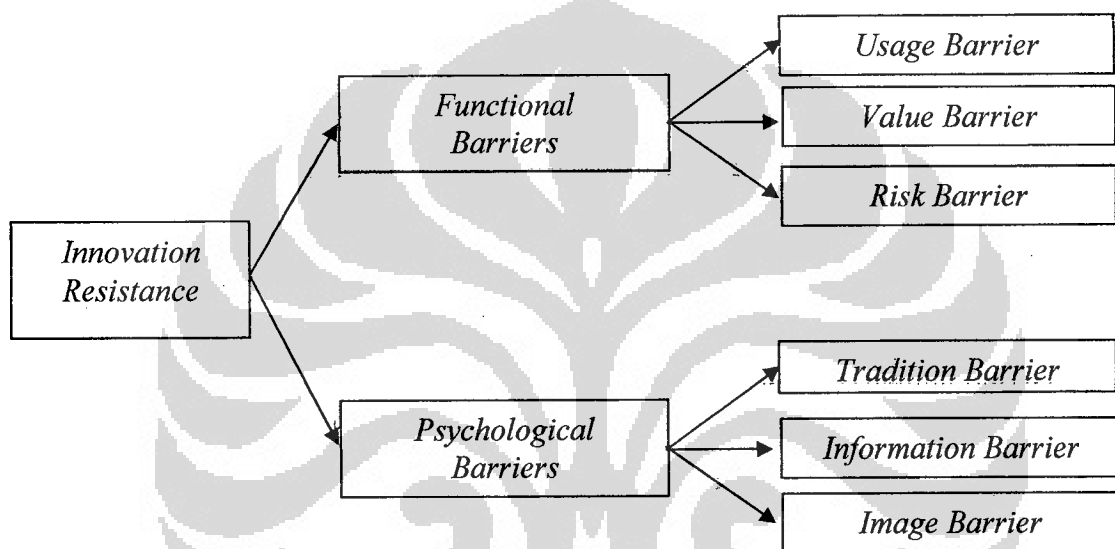
1.6 Metodologi Penelitian

Adapun penelitian ini diawali dengan studi eksploratori untuk memberikan gambaran dan pemahaman dari masalah penelitian. Selanjutnya dilakukan riset deskriptif melalui *sample survey* menggunakan kuesioner. Terdapat 14 pertanyaan menggunakan *9-level* skala *semantic differential* untuk mengukur dimensi dari variabel bebas (*independent variable*), yang kemudian dikelompokkan menjadi beberapa faktor baru yaitu *usage barrier*, *value barrier*, *risk barrier*, *tradition barrier*,

information barrier, dan *image barrier*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS ver.15.

1.7 Theoretical Framework

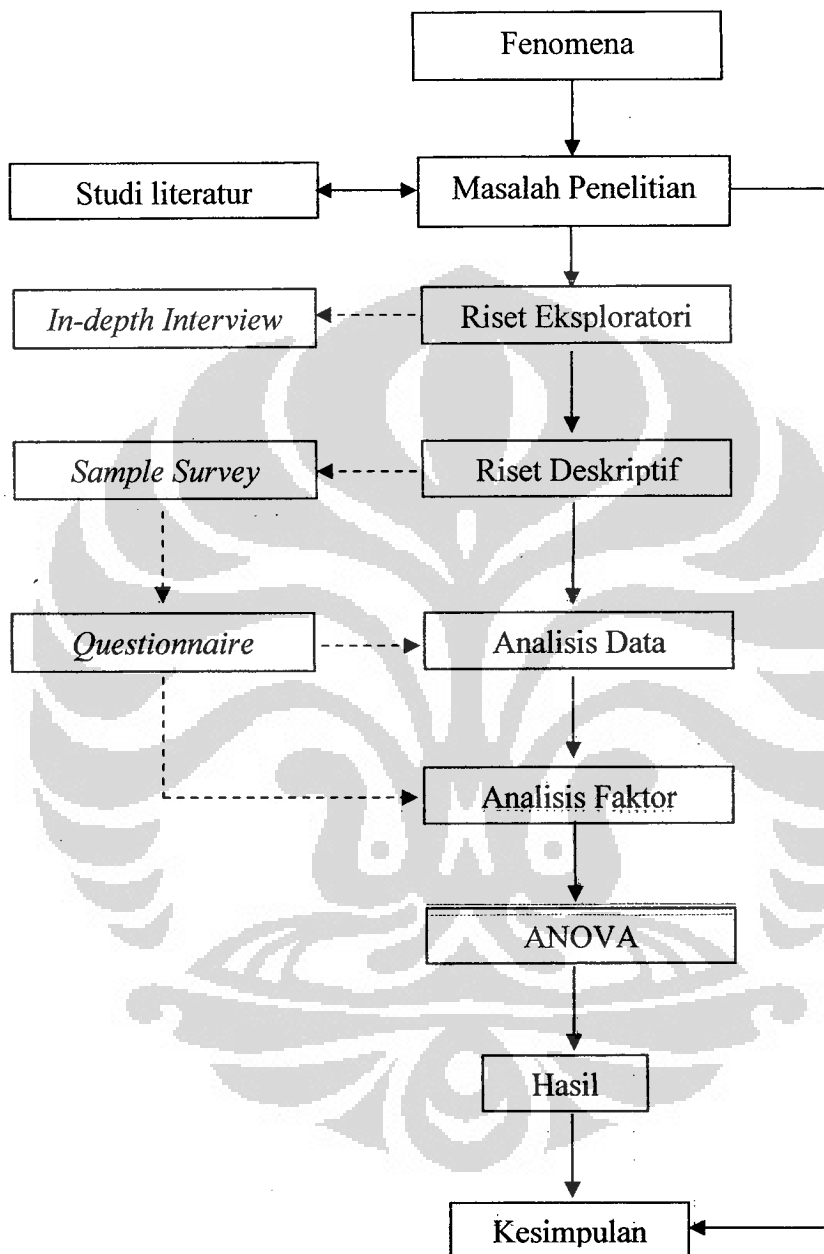
Gambar 1.1 Model Penelitian: Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Innovation resistance*



Sumber: Diadaptasi dari “*Consumer resistance to Innovation: The marketing problems and its solutions*” (S. Ram and Jadish N. Sheth, 1989) dan “*Information as a barrier to innovation adoption*” (Laukkanen, T., Sinkkonen, S. and Laukkanen, P., 2007).

1.8 Alur penelitian

Gambar 1.2 Alur Penelitian



1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan karya akhir ini terdiri dari 6 bab yang disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Mencakup latar belakang, masalah penelitian, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, *theoretical framework*, alur penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN

Menjelaskan mengenai teori dan konsep yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian ini sebagai acuan dalam kerangka berfikir, analisis dan pembahasan.

BAB III : GAMBARAN UMUM PT BANK CENTRAL ASIA, Tbk

Memaparkan informasi secara umum mengenai Bank Central Asia di Indonesia, serta produk dan kegiatan layanan dari obyek penelitian.

BAB IV : METODOLOGI PENELITIAN

Mengemukakan metode-metode yang dipilih untuk digunakan dalam pengumpulan informasi, pengolahan dan analisis data sehingga dapat diperoleh gambaran hasil dan kesimpulan.

BAB V : ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan dan membahas data hasil riset melalui pengolahan secara statistik untuk memberikan jawaban atas masalah penelitian.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan atas hasil yang didapat berdasarkan dengan tujuan yang ingin dicapai. Saran mencakup beberapa implikasi manajerial kepada pemasar dalam mengambil langkah berdasarkan temuan dalam penelitian, dan juga mengemukakan hal-hal yang menjadi keterbatasan sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN

2.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen memiliki konsep mengenai bagaimana suatu individu, kelompok, atau organisasi memilih, menggunakan, dan menghabiskan konsumsi produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan mereka, serta bagaimana alur proses ini dapat mempengaruhi konsumen dan lingkungan di sekitarnya (Hawkins, et al, 2007). Sebagai suatu studi, Kanuk (2000) memaparkan pentingnya memahami perilaku konsumen dikarenakan manusia sebagai makhluk yang kompleks, masing-masing memiliki cara yang unik ketika memilih produk/jasa apa yang mereka konsumsi (*what*). Selain itu, perlu diketahui pula apa yang memotivasi konsumen dalam mengkonsumsi (*why*), kapan suatu produk/jasa dikonsumsi (*when*), dimana mereka mendapatkannya (*where*), seberapa banyak produk/jasa yang dikonsumsi (*how much*), dan seberapa sering konsumen melakukan konsumsi (*how often*).

2.2 *Innovation Resistance*

Salah satu penyebab kurang berhasilnya pemasaran produk atau layanan baru yang menawarkan inovasi ialah adanya resistensi di kalangan konsumen. Terjadinya resistensi dapat dipengaruhi oleh beberapa hal. Pertama, suatu inovasi mungkin akan mengakibatkan sebuah perubahan dari kegiatan konsumen yang telah menjadi rutinitas. Kedua, sebuah inovasi mungkin akan bertentangan dengan struktur kepercayaan konsumen yang telah mereka melekat sebelumnya.

Innovation resistance dalam kaitannya dengan karakter konsumen dapat dilihat dari tingkatan penerimaan (adaptasi) suatu inovasi. Konsumen disini dapat dikategorikan sebagai *innovators*, *early adopters*, *early majority*, *late majority* dan *laggards*. Masing masing kelompok memiliki tingkat resistensi yang berbeda-beda dan waktu adaptasi yang berbeda pula. Sebagai contoh, konsumen pada kategori *innovators* akan menunjukkan tidak adanya penolakan terhadap inovasi dan mereka merupakan kelompok pertama yang mengadaptasi. Kategori *laggard* dilain pihak merupakan kelompok yang memiliki tingkat resistensi tertinggi dan mereka tidak akan beradaptasi dengan produk/layanan hasil inovasi. Sedangkan pada kelompok *adopter*, mereka pada awalnya melakukan penolakan, namun seiring dengan waktu, tingkat resistensi yang mereka miliki semakin lama akan semakin berkurang.

Selain itu, resistensi dapat berubah pula secara pasif menjadi aktif. Hal ini dapat diakibatkan karena beberapa hal. Konsumen pada awalnya mungkin memiliki sikap enggan untuk beradaptasi dengan sesuatu yang baru (pasif). Kemudian mereka mungkin berpikir bahwa inovasi mengandung unsur ketidakpastian yang membawa resiko sehingga mereka menunda untuk melakukan adaptasi (resistensi secara aktif). Selanjutnya konsumen dapat saja merasa semakin yakin bahwa inovasi tidak cocok dan memutuskan untuk menolak melakukan adaptasi (resistensi sangat aktif).

Resistensi terhadap inovasi muncul pada produk-produk yang memiliki kelas-kelas tertentu. Yang menjadi persoalan bukanlah pada kelompok mana inovasi tersebut akan diterapkan akan tetapi terhadap dua sifat dasar resistensi yaitu: tingkat perubahan dan *discontunity* yang dibawa oleh inovasi, dan pada tingkat mana inovasi tersebut akan berdampak pada struktur kepercayaan mereka. Inovasi yang didasari pada teknologi biasanya akan menciptakan tingkat *discontinuity* yang tinggi (Ram dan Sheth, 1989).

Mobile banking sebagai suatu bentuk inovasi dari layanan pendukung yang disediakan oleh pihak bank memiliki nilai tambah karena menawarkan mobilitas dan kepraktisan untuk bertransaksi. Akan tetapi, tidak semua konsumen menganggap bahwa *mobile banking* merupakan sesuatu yang harus mereka konsumsi. Teori *innovation resistance* yang dikemukakan oleh Ram dan Sheth (1989) digunakan untuk mencoba menjawab mengapa konsumen tidak/belum mengadopsi layanan *mobile banking*.

2.2.1 *Functional Barriers*

Functional barriers terdiri dari beberapa faktor antara lain:

- *Usage Barrier*

Usage barrier berkaitan dengan utilitas dan muncul ketika alur kerja layanan secara praktis tidak sesuai dengan kebiasaan konsumen secara umum. Siau dan Shen (2003) mengemukakan bahwa *mobile device* selain unggul secara mobilitas dan fleksibel dibanding perangkat komputer/laptop, juga memiliki kelemahan dari sisi ukuran layar monitor dan ukuran *keypad* yang relatif kecil sehingga menyulitkan proses *input* data dan melihat *output* transaksi. Dimensi layar dan *keypad* yang relatif kecil dinilai cukup untuk mendapatkan layanan informasi, akan tetapi masih dianggap belum memadai untuk kegiatan transaksi elektronik (Laukkanen, 2007). Penelitian yang dilakukan oleh Laukkanen dan Lauronen (2005) menunjukkan bahwa sebagian konsumen merasa kesulitan dan membutuhkan waktu yang relatif lama ketika melakukan pembayaran tagihan menggunakan perangkat ponsel. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan layar ponsel untuk menampilkan informasi dalam tampilan secara ideal.

- Risk Barrier

Risk barrier mengacu kepada faktor keamanan dan peluang kegagalan teknologi baru dalam memberikan pelayanan. Inovasi dianggap merefleksikan suatu bentuk ketidakpastian (*uncertainty*) atau berpotensi menimbulkan efek-efek tertentu secara tidak terduga. Sehingga menyebabkan konsumen yang menganggap akan keberadaan faktor resiko, menunda untuk mengadopsi layanan baru sampai mereka merasa yakin bahwa layanan tersebut benar-benar dianggap telah stabil, handal ataupun aman (Sinkkonen, et al 2007).

Laukkanen (2007) mengemukakan bahwa resiko pada produk baru dari inovasi dapat dibagi menjadi empat kategori, yaitu: *physical risk* (kerugian seseorang berupa barang/*property* yang ditimbulkan dari inovasi), *economic risk* (meningkatnya pengeluaran/beban), *functional risk* (resiko bahwa inovasi mengalami kegagalan), dan *social risk* (jika seseorang mengadopsi inovasi, maka berdampak pada penolakan sosial). Sebagian konsumen merasa takut mengalami kegagalan transaksi dikarenakan kesalahan ketika meng-input data atau informasi sebagai implikasi dari keterbatasan ukuran layar dan *keypad* ponsel (Laukkanen dan Lauronen, 2005). Selain itu, konsumen juga menganggap bahwa mekanisme proses transaksi melalui *mobile banking* dianggap memiliki celah keamanan atas privasi akun, yang dikhawatirkan dapat menimbulkan pembobolan rekening seperti halnya layanan elektronik melalui internet.

Fain dan Robert (1997) dalam Laukkanen (2007) memberikan poin penting bahwa faktor resiko merupakan aspek penghalang yang melekat di benak konsumen, dan bukan merupakan sebagai bagian dari karakteristik produk/layanan.

- Value Barrier

Value barrier direferensikan sebagai *performance-to-price value* atau apakah inovasi mampu memberikan nilai ekonomis yang setara dengan kinerjanya apabila dibandingkan terhadap substitusinya (Sinkkonen, et al 2007). Barnes dan Corbitt, (2003) sebelumnya menyatakan bahwa keberadaan layanan substitusi yang telah hadir sebelumnya dapat dianggap sebagai suatu ancaman bagi *mobile banking* untuk tumbuh. Apabila suatu layanan baru tidak menawarkan kelebihan dari sisi *performance-to-price value*, maka konsumen akan menganggap layanan tersebut kurang bermanfaat secara ekonomis. Penelitian yang dilakukan oleh Laukkanen dan Lauranen (2005), salah satunya menunjukkan bahwa *mobile banking* memberikan manfaat bagi konsumen untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengontrol transaksi keuangan secara baik.

2.2.2 *Psychological Barriers*

Psychological barriers terdiri dari beberapa faktor antara lain:

- Tradition Barrier

Perilaku seseorang dalam memilih dan menggunakan *channel-channel* layanan perbankan yang telah ada sebelumnya dapat berpengaruh pada kebiasaan yang mana dibutuhkan *effort* untuk menstimulasi perubahan. Pemahaman atas upaya untuk merubah kebiasaan tidak hanya berhubungan dengan kecenderungan perilaku secara individual, akan tetapi dipengaruhi pula oleh lingkungan sosial, karena sesuatu yang dianggap oleh lingkungan sosial sebagai suatu kebiasaan dapat mempengaruhi kebiasaan secara individual. Heinonen (2004) dalam Laukkanen (2007) memberikan penjelasan apabila konsumen menganggap bahwa mengunjungi bank atau menjalankan fungsi-fungsi ATM, dirasa lebih mudah

dibandingkan upaya yang harus mereka lakukan untuk mempelajari teknologi baru seperti halnya *internet* ataupun *mobile banking*, maka keadaan ini dapat memunculkan *barrier* terhadap inovasi tersebut.

- *Image Barrier*

Sebagian konsumen melihat bahwa inovasi yang berkaitan dengan teknologi digital dipersepsikan sebagai hal yang kompleks ataupun rumit, sehingga mereka berfikir untuk tidak menggunakannya. Fain dan Robert (1997) menyatakan bahwa *image barrier* pada layanan perbankan elektronik muncul dari persepsi *hard-to-use* yang telah melekat pada operasionalisasi komputer secara umum dan saluran internet, keduanya secara terpisah.

- *Information Barrier*

Sathye (1999) mengungkapkan bahwa untuk meningkatkan adopsi layanan *online banking* secara umum, maka pihak perbankan hendaknya memahami bagaimana untuk meningkatkan kesadaran dari keberadaan layanan dan menjelaskan bagaimana layanan tersebut memberikan nilai tambah kepada konsumen relatif dibandingkan cara-cara yang telah ada sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Kuisma, et al (2007) mengenai *internet banking* memberikan gambaran bahwa beberapa nasabah bank non pengguna internet banking merasa tidak mendapat cukup informasi yang membantu mereka dalam memahami dan menggunakan layanan tersebut. Apabila konsumen merasa bahwa informasi yang disajikan belum cukup, maka dapat menimbulkan perasaan *uncertainty* terhadap layanan elektronik tersebut.

Jayawardhenadan Foley (2000) dalam Laukkanen (2007) memberikan catatan bahwa informasi mengenai layanan elektronik baru, hendaknya disajikan secara detail dan mudah dipahami pada *web page* ataupun pusat informasi yang sering

diakses oleh nasabah, dengan tujuan agar mereka memahami dan mampu menjalankan proses transaksi secara individu/mandiri. Informasi secara detail disajikan tidak hanya berkaitan dengan cara-cara menjalankan transaksi, akan tetapi juga mencakup prosedur administratif dalam mendapatkan layanan (Filotto et al, 1997).

2.2.3 Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian mengenai *innovation resistance* pada *mobile banking* sebelumnya dilakukan oleh Sinkkonen, et al pada tahun 2006 melalui internet survey kepada nasabah dari salah satu bank terbesar di Finlandia. Kuesioner tersusun dari 19 pertanyaan menggunakan 7-poin skala *likert*. Dari 2,060 responden yang menjawab seluruh pertanyaan dengan lengkap, didapat 74,8% responden tidak memiliki pengalaman menggunakan *mobile banking* dan 25,2% sisanya pernah menggunakan layanan tersebut. Analisis data secara statistik dilakukan menggunakan prinsip *structured equation model (SEM) – confirmatory factor analysis* melalui perangkat lunak AMOS. Hasil *confirmatory factor analysis* menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah setuju menganggap *mobile banking* sebagai sesuatu yang bersifat rumit/*complicated*. Berkenaan dengan hal tersebut, faktor *usage barrier* (0.78) merupakan faktor kedua yang paling berpengaruh setelah *image barrier* (0.82), diikuti dengan *value barrier* (0.67), *risk barrier* (0.55), dan yang terakhir yaitu *tradition barrier* dengan nilai *standardized weight regression* terendah sebesar 0,26. Penelitian tersebut memiliki keterbatasan, yang mana seluruh responden yang dijadikan sampel merupakan pengguna *internet banking*, dan hanya diujikan pada nasabah dari salah satu bank saja. Secara terpisah, Laukkanen, et al (2007) memberikan saran untuk

menambahkan faktor *information barrier* sebagai bagian dari *psychological barrier* dan mengujikannya kepada model yang telah ada sebelumnya.

2.2.4 Strategi Pemasaran dalam Menghadapi *Innovation Resistance*

Ram dan Sheth (1989) mengemukakan beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh pemasar ketika menghadapi adanya resistensi di kalangan konsumen. Pada prakteknya mungkin pemasar akan dihadapkan kepada tidak hanya satu sumber penyebab resistensi, melainkan dapat berupa beberapa faktor yang sifatnya saling berkaitan dan terjadi secara bertahap ataupun simultan antara faktor satu dengan faktor lainnya, sehingga dalam mereduksi resistensi perlu dilakukan beberapa strategi yang dilakukan secara bertahap ataupun simultan tergantung dari kondisi yang dihadapi. Sebagai contoh; apabila fenomena resistensi yang terjadi lebih disebabkan karena faktor tradisi (*tradition barrier*), maka pemasar dapat menerapkan strategi komunikasi dengan cara melakukan edukasi untuk merubah persepsi yang telah dimiliki sebelumnya. Strategi tersebut hendaknya dijalankan atas dasar pemahaman dan penghargaan kepada tradisi guna menjamin keberhasilan strategi komunikasi yang dijalankan. Akan tetapi perlu dipahami pula bahwa faktor tradisi mungkin saja muncul dan dipengaruhi faktor *barrier* yang lain seperti misalnya cara-cara penggunaan (*usage*) yang berbeda dari apa yang biasanya dilakukan oleh konsumen, sehingga pada akhirnya dapat menimbulkan pertanyaan mengenai resiko (*risk*) yang mungkin muncul apabila mereka menggunakan produk/layanan hasil inovasi yang masih memberikan keraguan ataupun unsur ketidakpastian pada persepsi konsumen. Lebih lanjut mengenai klasifikasi strategi pemasaran yang dapat dilakukan dalam menghadapi resistensi dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 2.1 Klasifikasi Strategi Pemasaran dalam Merespon *Innovation Resistance*

<i>Sources of resistance (barrier)</i>	<i>Marketing strategy/ product strategy</i>	<i>Communications strategy</i>	<i>Pricing strategy</i>	<i>Market strategy</i>	<i>Coping strategy</i>
1. <i>Usage barrier</i>	<i>Develop a systems perspective (packaging) integrate</i>			<i>Mandate usage (market development)</i>	
2. <i>Value barrier</i>			<i>Reduce price by lowering cost</i>		
3. <i>Risk barrier</i>	<i>Use a well-known brand name</i>	<i>Elicit andorsements and testimonials</i>		<i>Facilitate trial (increase market exposure)</i>	
4. <i>Tradition Barier</i>		<i>Educate customers</i>			<i>Understand and respect traditions</i>
5. <i>Image barrier</i>	<i>Borrow a good image (brand name)</i>	<i>Make fun of negative image create aunique image</i>			

Sumber: S. Ram and Jadish N. Sheth (1989)

Dalam kaitannya dengan *usage barrier* strategi pertama yang mungkin dilakukan oleh pemasar yaitu membentuk perspektif sistem yang lebih diterima oleh konsumen. Artinya suatu produk ataupun layanan pada awalnya harus dirancang mengikuti ataupun melanjutkan sistem kerja dari produk substitusi yang telah ada sebelumnya. Oleh karena itu pemasar harus benar-benar memahami sejarah sistem dan alur operasi dari sistem sebelumnya. Strategi lainnya untuk mengatasi *usage barrier* yaitu melalui kerjasama dengan pemerintah yang memiliki wewenang untuk mensosialisasikan inovasi. Akan tetapi hal ini hanya efektif apabila pemerintah sebagai pembuat kebijakan memiliki kredibilitas dan kepercayaan yang tinggi dalam meyakinkan konsumen.

Value barrier muncul dapat dikarenakan komparasi *price-to-performance* dari suatu produk tidak dinilai memberikan hal yang sebanding, ataupun nilai tambah yang dapat mereka peroleh dianggap tidak senilai dengan pengorbanan yang harus mereka lakukan. Oleh karena itu, strategi yang mungkin dilakukan ialah dengan menetapkan harga jual yang relatif dapat dijangkau ataupun rasional bagi konsumen. Hal ini berimplikasi kepada biaya produksi suatu inovasi, sehingga efisiensi operasional menjadi hal yang penting. Apabila pengurangan harga merupakan hal yang krusial sehingga menjadi sulit untuk menerapkannya, maka penciptaan nilai tambah yang dilekatkan kepada produk ataupun di benak konsumen (*framing*) menjadi alternatif strategi yang mungkin dilakukan.

Solusi dalam menghadapi *risk barrier* umumnya dilakukan melalui cara-cara komunikasi yang mendekatkan konsumen kepada produk/layanan inovasi seperti melalui *trial use*. Strategi ini berguna dalam memberikan *exposure* sehingga konsumen dapat mencoba dan merasakan utilitas produk/layanan secara langsung yang pada akhirnya diharapkan mampu mengurangi persepsi resiko. Selain itu, metode lain yang dapat diterapkan yaitu dengan mengemas inovasi bersama *brand name* ataupun *endorser* yang memiliki reputasi baik dan diyakini dapat memberikan pengaruh di kalangan konsumen.

Tradisi merupakan hal yang berkaitan dengan kebiasaan ataupun tata cara dalam berperilaku. Tradisi dapat dibentuk dari kepercayaan, dan juga sebaliknya. Poin penting yang bisa diambil yaitu tradisi memiliki nilai subyektif sehingga untuk menyinggung masalah ini perlu didasarkan atas prinsip saling menghormati dan menghargai. Untuk menghadapi *tradition barrier* ini memerlukan pendekatan edukatif yang disampaikan secara obyektif. Dalam kaitannya dengan hal tersebut, strategi komunikasi melalui *framing* edukatif hendaknya menekankan pada nilai

tambah dari inovasi tanpa harus menghilangkan sama sekali kebiasaan yang telah ada sebelumnya pada tahap awal implementasi strategi, karena seiring dengan waktu tingkat resistensi cenderung akan mengalami reduksi. Penggunaan *change agent* menggunakan *public figure* juga dapat dilakukan dengan memperhatikan pemilihan orang yang tepat ataupun sekiranya dapat memberikan pengaruh yang kuat dalam memberikan persuasi.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, pemasar harus selalu mengingat bahwasanya keberhasilan “mematahkan” *innovation resistance* tidak terletak kepada bagaimana “menundukkan” suatu resistensi, namun terletak kepada pemahaman proses dan dasar penyebab mengapa fenomena tersebut terjadi untuk kemudian dilakukan strategi secara *frontal* sebagaimana telah dibahas diatas.

BAB III

GAMBARAN UMUM PT. BANK CENTRAL ASIA (BCA), Tbk.

3.1 Sejarah Singkat PT Bank Central Asia (BCA), Tbk.

Bank Central Asia atau yang dikenal dengan nama BCA didirikan pada tanggal 21 Februari 1957 di pusat perniagaan Jakarta dengan nama Bank Central Asia NV. Sejak pertama kali didirikan, BCA terus berkembang secara signifikan hingga pada tahun 1977 BCA telah menyandang predikat sebagai Bank Devisa.

Kemajuan BCA terlihat pula dari total aset yang terus meningkat dari Rp. 36,10 triliun di tahun 1996 menjadi Rp. 53,36 triliun pada akhir Desember 1997. Walaupun pada tahun 1998 total aset BCA mengalami penurunan saat terjadi *rush*, namun pada posisi akhir Desember 1998 berhasil melewati posisi Desember 1997 sehingga menjadi Rp 67,93 triliun, kemudian menjadi Rp 96,45 triliun pada Desember 1999, dan pada akhir Desember 2002 telah mencapai Rp 117,305 triliun. BCA berhasil membukukan laba bersih sebesar Rp 4,2 triliun pada tahun 2006, atau naik 17,9% dibanding tahun 2005 (Laporan tahunan BCA 2006).

BCA tumbuh menjadi bank retail/consumer terbesar di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan besarnya jumlah nasabah per Desember 2002 yang mencapai 6,847 juta rekening. Kinerja yang mengesankan tersebut, mengantarkan BCA berhasil keluar dari BPPN pada April 2000 sehingga kini statusnya bukan sebagai *Bank Take Over* (BTO) lagi. Kinerja ini menjadi dasar bagi BCA untuk mengambil langkah strategis dengan melakukan *go public* di pasar modal. BPPN pada Mei 2000 melalui *initial public offering* mendivestasikan 22.5% dari seluruh saham BCA sehingga kepemilikannya atas BCA berkurang menjadi 70.3%. Sejak itu BCA menjadi perusahaan publik. Tahun 2001, BPPN melalui *public offering* ke dua

mendivestasikan 588.800.000 lembar sahamnya yang merupakan 10% dari seluruh saham BCA sehingga kepemilikan BPPN atas BCA menjadi 60.3%. Selanjutnya BPPN mendivestasikan 51% dari seluruh saham BCA melalui *strategic private placement* yang dimenangkan oleh Farindo Investments (Mauritius) Limited pada tahun 2002 (www.cbcindonesia.com, 9 Februari 2004).

3.2 Visi dan Misi PT Bank Central Asia (BCA), Tbk.

BCA senantiasa mengupayakan terjadinya keseimbangan antara keuntungan yang diperoleh dengan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Hal ini tercermin pada visi dan misi yang diemban oleh BCA yaitu:

- Visi :

Bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

- Misi :

- (1) Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan,
- (2) Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah, dan
- (3) Meningkatkan nilai *francais* dan nilai *stakeholder* BCA.

3.3 Produk dan Layanan BCA

3.3.1 Produk Perbankan Individu

BCA memiliki produk-produk utama untuk konsumen (nasabah reguler dan prioritas), yaitu:

- Tabungan, terdiri dari: tahapan BCA, tahapan Gold, Tapres, Giro BCA dan deposito berjangka.
- Kartu kredit, antara lain: BCA Card, BCA Master Card, BCA Visa, JCB BCA.
- Kredit Perbankan, terdiri atas: Kredit Pemilikan Rumah (KPR) BCA, KPR BCAXtra, *refinancing*, Kredit Pemilikan Apartemen (KPA) BCA dan Kredit Kendaraan Bermotor (KKB) BCA.
- Khusus untuk nasabah prioritas, BCA menyediakan pula produk investasi reksadana dan Obligasi Republik Indonesia (ORI).

3.3.2 Produk Perbankan Komersial

BCA menyediakan layanan finansial untuk membantu perusahaan korporasi dan *small medium enterprise* (UKM) dalam pengelolaan keuangan yang meliputi:

- Produk pinjaman korporasi, terdiri dari : kredit Modal Kerja (modal kerja umum, *dealer* dan *distributor financing*), kredit Investasi (investasi dan kepemilikan kios), dan bank garansi
- Produk simpanan, berupa: giro BCA dan deposito berjangka
- BCA Trade (layanan pembiayaan perdagangan nasabah, mencakup transaksi ekspor impor dan perdagangan dalam negeri).

3.3.3 Layanan Perbankan Elektronik

Guna memberikan kemudahan dan layanan prima kepada nasabah serta memantapkan posisi-nya sebagai bank transaksional, BCA terus mengembangkan infrastruktur layanan yang berbasis teknologi dan perluasan jaringan di Indonesia.

Adapun beberapa layanan yang telah dirintis oleh BCA antara lain:

- ATM BCA

BCA dikenal memiliki jaringan ATM yang banyak dan tersebar luas di Indonesia. Pada tahun 2005 bank tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai bank dengan ATM terbanyak (4019 unit per November 2005) di Indonesia. Hingga tahun 2007 BCA memiliki sejumlah 5,332 unit jaringan ATM yang tersebar di seluruh Indonesia (www.klikbca.com, 8 Januari 2008).

Jumlah transaksi melalui ATM BCA menunjukkan peningkatan hingga 628 juta transaksi senilai 558 triliun rupiah pada tahun 2006 dibandingkan tahun 2001 sebanyak 315 juta transaksi senilai 164 triliun rupiah (laporan tahunan BCA 2006).

- Debit BCA dan Tunai BCA melalui *Electronic Data Capture* (EDC)

BCA memberikan kemudahan bagi nasabah yang memiliki paspor BCA (kartu ATM BCA) untuk melakukan transaksi pembayaran-jual beli (debit BCA) dan pengambilan tunai (tunai BCA) di *merchant-merchant* yang telah bergabung, melalui perangkat EDC. Hingga tahun 2006 tercatat sejumlah 53,807 EDC BCA yang tersebar di seluruh Indonesia (laporan tahunan BCA 2006).

- *Internet Banking* (KlikBCA)

Pertama kali diluncurkan pada tahun 2001 untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi tanpa harus mengunjungi bank atau ATM. Pada tahun 2007, fungsi KlikBCA semakin ditingkatkan dengan mereplika hampir seluruh fitur-fitur yang terdapat pada ATM BCA (kecuali pengambilan tunai). Guna menjamin keamanan dalam melakukan transaksi via KlikBCA, nasabah diharuskan menggunakan *token KeyBCA* ketika melakukan transaksi yang bersifat perpindahan/pengalihan dana kepada pihak lain. Selain itu penggunaan *token* juga meningkatkan *limit* maksimum transaksi hingga sebesar 50 juta rupiah per hari.

Di akhir tahun 2002, sejumlah 388.322 nasabah terdaftar sebagai pemakai KlikBCA. Angka ini mencerminkan pangsa pasar sebesar 8,6% dari 4,5 juta orang pengguna internet di Indonesia.

- Phone Banking (BCA by phone)

BCA by Phone adalah layanan perbankan elektronik yang disediakan membantu nasabah untuk dapat menerima layanan informasi perbankan dan melakukan transaksi finansial non tunai melalui pesawat telepon (*touch tone* atau *handphone*). Melalui layanan ini nasabah dapat melakukan kegiatan transaksi antara lain: transaksi finansial, informasi rekening, informasi kartu kredit, informasi umum perbankan, dan perubahan yang bersifat administratif. Untuk dapat menggunakan fasilitas ini, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu. Sebagai tambahan keamanan, BCA by Phone juga dilengkapi dengan KeyBCA sebagai salah satu persyaratan untuk melakukan transaksi finansial.

- Call Center (Halo BCA)

HALO BCA merupakan layanan melalui telepon yang membantu nasabah mendapatkan informasi perbankan dan memperoleh solusi dari permasalahan transaksi perbankan. Layanan yang disediakan Halo BCA meliputi: informasi produk dan persyaratan pembukaan rekening atau kartu kredit, informasi transaksi, pemblokiran rekening, serta menindaklanjuti keluhan transaksi atau saran dari nasabah.

- Mobile Banking (m-BCA)

Layanan *mobile banking* m-BCA pertama kali dirintis pada tahun 2001 berkerjasama dengan operator proXL. Pada awal peluncurannya, tercatat sejumlah 32,731 nasabah yang mendaftarkan diri menggunakan m-BCA yang kemudian meningkat menjadi 70,894 nasabah atau sebesar 1,25 % dari total nasabah BCA

(laporan tahunan BCA 2002). Setelah sekitar enam tahun layanan ini berjalan, porsi pengguna m-BCA mencapai angka 6,59 % dari keseluruhan nasabah (laporan tahunan BCA 2006).

Hingga awal tahun 2008, BCA telah melakukan kerjasama dengan beberapa perusahaan dari operator GSM dan CDMA di Indonesia yaitu PT. Excelcomindo Pratama, Tbk (kartu Xplor dan Bebas), PT. Indosat, Tbk, (kartu Mentari dan Matrix), dan PT. Telekomunikasi Selular (kartu Simpati dan Halo).

Transaksi yang dapat dilakukan melalui m-BCA mencakup beberapa kategori, antara lain ditunjukkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.1 Kategori dan Layanan dari *Mobile Banking* BCA (m-BCA)

No.	Kategori	Layanan
1.	m-Info	Informasi saldo, mutasi rekening, info kurs, info suku bunga tabungan dan deposito, info kode bank (untuk transfer antar bank, dan info perusahaan (untuk kegiatan m-payment dan m-commerce)
2.	m-Transfer	Transfer ke rekening BCA dan antar bank*
3.	m-Payment	Pembayaran berbagai macam tagihan (kartu kredit, PLN, PAM, handphone, telepon, asuransi, pendidikan, dll)
4.	m-Commerce	Pembelian (pulsa isi ulang, saham, dll)
5.	m-Admin	Aktivasi dan ganti PIN

*Keterangan: nasabah dapat menyertakan berita maksimum 16 karakter
(Sumber : www.klikbca.com)

Untuk menggunakan layanan m-BCA, pemegang kartu ATM BCA yang menggunakan operator GSM dari ketiga perusahaan tersebut diatas (*mobile banking ready*) dapat mendaftarkan dirinya langsung melalui ATM BCA atau mendatangi kantor cabang utama BCA terdekat. Setelah mendaftar, nasabah

kemudian melakukan aktivasi melalui ponsel untuk mendapatkan fitur m-admin, m-info, dan m-payment. Apabila nasabah menginginkan fitur m-transaksi dan m-commerce harus melakukan aktivasi di kantor cabang BCA.

Biaya transaksi m-BCA tidak dibebankan kedalam rekening, tetapi langsung dikurangi dari pulsa atau tagihan bulanan ponsel nasabah. Berikut ini adalah daftar biaya transaksi layanan m-BCA:

Tabel 3.2 Biaya Transaksi Layanan m-BCA dari Operator XL, INDOSAT, dan TELKOMSEL

Jenis layanan	XL		INDOSAT		TELKOMSEL	
	Pasca	Pra	Pasca	Pra	Pasca	Pra
	Xplor	Bebas	Matrix	Mentari	kartuHALO	simPATi
Finansial:						
m-Transfer m-Commerce m-Payment	Rp.1.000	Rp.1.000	Rp.1.000	Rp.1.000	Rp.1.500	Rp.1.950
Non Finansial:						
m-Info m-Admin	Rp.500	Rp.500	Rp.500	Rp.500	Rp.750	Rp.900

(Sumber: www.klikbca.com)

Limit transfer antar rekening BCA yang dapat dilakukan melalui m-BCA merupakan satu kesatuan dengan limit transaksi transfer melalui ATM BCA sebesar maksimum Rp 15 juta per hari (Kartu ATM Silver), Rp 25 juta per hari (Kartu ATM Gold/ Tapres/ BCA Dollar), Rp 75 juta per hari (Kartu Platinum). Sedangkan untuk transfer antar bank, limit transaksi merupakan gabungan dengan limit transfer antar bank via ATM, yaitu sebesar Rp. 10.000.00 per hari, dan tidak tergantung jenis kartu ATM yang digunakan.

BAB IV

METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah suatu kerangka kerja yang digunakan sebagai pedoman dalam mengarahkan proses penelitian sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Dalam desain penelitian, ditetapkan metode dan prosedur untuk menganalisis informasi atau data yang dibutuhkan (Aaker, Kumar and Day, 2001). Penelitian ini menggunakan pendekatan riset eksploratori dan riset deskriptif.

4.1.1 Riset Eksploratori

Riset eksploratori dilakukan bertujuan untuk mendapatkan informasi awal, wawasan dan pemahaman mengenai masalah penelitian yang dihadapi dengan pendekatan kualitatif secara fleksibel dan tidak terstruktur (Malhotra, 2007. p.75).

Riset eksploratori dilakukan melalui penelusuran berbagai data eksternal yang dipublikasikan (koran, majalah, internet, literatur, jurnal, serta dari berbagai sumber lain) yang memberikan informasi mengenai kondisi pemasaran pada layanan *mobile banking*. Selain itu, juga dilakukan *individual depth interview* kepada beberapa orang (terdiri dari nasabah non-pengguna *mobile banking* dan pihak BCA terkait), dengan memfokuskan kepada penelusuran (*probe*) untuk mengetahui persepsi, sikap, motivasi, dan keyakinan responden terhadap topik penelitian. Berdasarkan pemahaman tersebut, kemudian dapat diperoleh atribut-atribut yang menjadi indikator dari masing- masing faktor yang diteliti.

4.1.2 Riset Deskriptif

Riset deskriptif merupakan riset yang dilakukan dengan mengukur populasi pada satu waktu tertentu menggunakan metode *sample survey* melalui kuisioner untuk mengumpulkan data primer. Data primer pada penelitian mencakup data demografi dan data dari pertanyaan utama sebagai konstruk faktor-faktor penghalang adopsi *mobile banking*.

4.1.2.1 Metode *Sampling*

Target populasi pada penelitian ini adalah nasabah BCA berusia minimal 17 tahun, yang berdomisili di Jakarta. *Sampling frame* diperoleh dengan cara menseleksi apakah nasabah tersebut mengetahui keberadaan layanan *mobile banking* BCA (m-BCA) dan belum pernah atau tidak menggunakan layanan *mobile banking* dari bank manapun (karena seorang nasabah mungkin saja memiliki beberapa rekening dari beberapa bank lainnya).

Metode pengambilan sampel dilakukan secara *non probability sampling-convenience sampling*. Dalam metode ini anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Malhotra, 2007. p.333).

Ukuran sampel yang dipergunakan untuk uji statistik ditetapkan sebesar 150 responden. Hal ini didasarkan atas pertimbangan bahwa jumlah sampel besar untuk pengujian statistik pada tingkat *confidence level* sebesar 95% dan *sampling error* 5%, minimum sebanyak $n = 30$, dengan persyaratan data berdistribusi normal (Malhotra, 2007. p.359). Selain itu juga dengan memperhatikan bahwa seluruh indikator/pertanyaan kuesioner bersifat *close ended*.

Peneliti menggunakan *adjustment* terhadap jumlah sampel, masing-masing sebesar 30 sampel per area di Jakarta (Pusat, Barat, Timur, Selatan, dan Utara), yang

dianggap memberikan pendekatan karakteristik responden di Jakarta. *Adjustment* peneliti dibuat berdasarkan pertimbangan biaya, waktu, dan keterbatasan informasi jumlah data secara rinci dari target populasi dalam menarik *sampling distribution*.

4.1.2.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui *self administrated survey*. Responden mengisi sendiri kuisisioner tanpa melibatkan *interviewer*. Keterangan tertentu diberikan oleh *interviewer* berkaitan dengan pertanyaan-pertanyaan yang dirasa kurang jelas atau tidak dimengerti guna menghindari terjadinya *aided answer* (jawaban yang diarahkan) kepada responden.

4.1.2.3 Desain Kuesioner

Secara sistematis, kuesioner pada penelitian ini dirancang menjadi beberapa bagian, antara lain:

a. Bagian pertanyaan untuk *screening* (penyaring)

Bagian ini merupakan pertanyaan awal untuk menyeleksi apakah responden merupakan target populasi dan termasuk dalam *sampling frame* penelitian.

b. Bagian pertanyaan demografi

Demografi responden yang ditanyakan mencakup usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, rata-rata pengeluaran per-bulan, jenis transaksi perbankan yang umumnya dilakukan oleh nasabah, dan sumber informasi mengenai layanan *mobile banking* BCA untuk pertama kali.

c. Bagian informasi umum mengenai layanan *mobile banking* BCA (m-BCA) yang berisi antara lain: ketentuan umum, keterangan kategori layanan yang tersedia pada layanan, info tarif, prosedur untuk mendapatkan layanan, dan petunjuk

pemblokiran. Pencantuman informasi tersebut dilakukan guna memperoleh kecenderungan jawaban yang diberikan secara objektif dari responden.

d. Bagian pertanyaan utama

Pertanyaan utama dijabarkan melalui operasionalisasi variabel berikut :

Tabel 4.1 Operasionalisasi Variabel

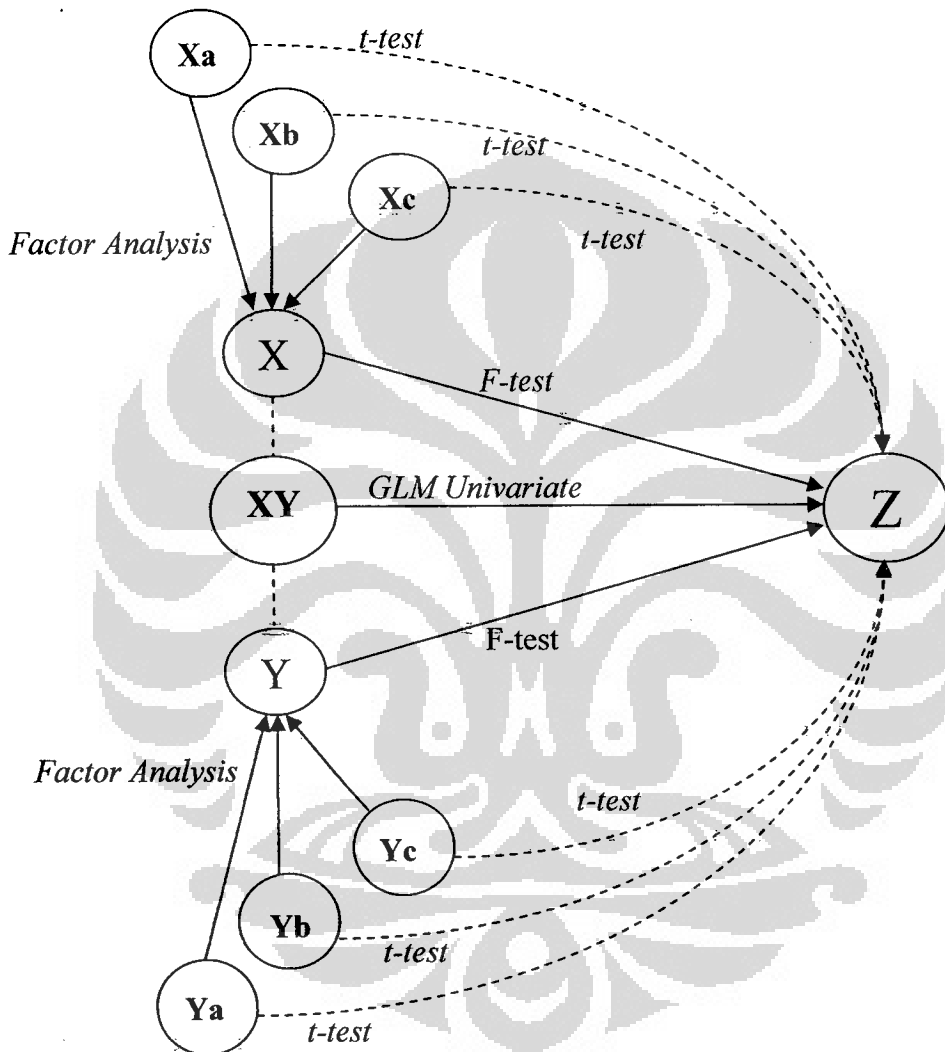
Variabel	Konsep	Indikator	Skala ukur
<i>Usage barrier</i> (Xa)	Anggapan konsumen terhadap cara-cara penggunaan (secara praktis) produk hasil inovasi	1. Kenyamanan 2. Peluang melakukan kesalahan input data	<i>Semantic differential 9-point</i>
<i>Value barrier</i> (Xb)	<i>Performance-to price value</i> atau apakah inovasi mampu memberikan nilai ekonomis yang setara dengan kinerjanya	3. Biaya 4. Manfaat 5. Perbedaan bukti transaksi	<i>Semantic differential 9-point</i>
<i>Risk barrier</i> (Xc)	Aspek-aspek yang dinilai menjadi risiko dan ketidakpastian, yang melekat dibenak konsumen terhadap bentuk-bentuk inovasi	6. Peluang kegagalan transaksi 7. Keamanan jaringan sistem 8. Keamanan dari pembobolan apabila kehilangan ponsel	<i>Semantic differential 9-point</i>
<i>Tradition barrier</i> (Ya)	Kecenderungan sikap konsumen untuk bertahan pada kebiasaan mereka dalam menggunakan cara yang telah ada sebelumnya	9. Jika dikondisikan dekat dengan ATM 10. Pilihan cara apabila melakukan transaksi non-tunai sekaligus 11. Prosedur administrasi	<i>Semantic differential 9-point</i>
<i>Information barrier</i> (Yb)	Bagaimana konsumen menilai apakah informasi yang mereka peroleh cukup memberikan pengetahuan dan pemahaman atas suatu inovasi	12. Apakah informasi yang disampaikan sudah lengkap? 13. Apakah informasi yang disampaikan mudah dipahami?	<i>Semantic differential 9-point</i>
<i>Image barrier</i> (Yc)	Persepsi <i>hard-to-use</i> yang melekat pada suatu inovasi terutama yang berkaitan dengan teknologi	14. Persepsi rumit pada layanan <i>mobile</i>	<i>Semantic differential 9-point</i>

Sumber: Data diolah oleh penulis

4.2 Metode Analisis

Untuk memahami alur berfikir pada metode analisis, maka sebelumnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 4.1 Kerangka Berfikir pada Penelitian



Sumber: Diolah oleh penulis

Keterangan:

Z = Innovation Resistance (of mobile banking)

X = Functional barrier

Y = Psychological barrier

Xa = Usage barrier

Ya = Tradition barrier

Xb = Risk barrier

Yb = Information barrier

Xc = Value barrier

Yc = Image barrier

4.2.1 Analisis Faktor

Analisis faktor bertujuan untuk mendefinisikan struktur suatu data matrik dan menganalisis korelasi antar sejumlah besar variabel dengan cara mendefinisikan satu set kesamaan variabel atau dimensi dan sering disebut dengan faktor. Melalui analisis faktor, peneliti mengidentifikasi dimensi suatu struktur dan kemudian menentukan sejauh mana setiap variabel dapat dijelaskan oleh setiap dimensi. Setelah dimensi dan penjelasan setiap variabel diketahui, maka dapat dilakukan *data summarization* dan *data reduction*. Analisis faktor mengidentifikasi struktur hubungan antar variabel atau responden dengan cara melihat korelasi antar variabel atau responden (Ghazali, 2005, hal 267).

Analisis faktor menghendaki bahwa matrik data harus memiliki korelasi yang cukup agar dapat dilakukan analisis faktor. Untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel digunakan uji *Bartlett test of sphericity*. Jika hasilnya signifikan berarti matrik korelasi memiliki korelasi signifikan dengan sejumlah variabel. Uji lain yang digunakan untuk melihat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya analisis faktor dilakukan melalui nilai *measure of sampling adequacy* (MSA). Nilai MSA bervariasi dari 0 hingga 1, jika $MSA < 0.50$ maka analisis faktor tidak dapat dilakukan (Ghazali, 2005, hal 268).

Dalam melakukan analisis faktor, pemberian nama baru untuk masing-masing faktor bersifat subjektif sebagai *adjustment* dari peneliti, namun variabel yang memiliki nilai *factor loading* tertinggi terkadang digunakan untuk memberi nama faktor baru yang terbentuk.

4.2.2 Analisis Varian Faktor-Tunggal (ANOVA)

Analisis varian merupakan metode untuk menguji hubungan antara satu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Metode analisis varian faktor-tunggal (*One-Way Anova*) dapat digunakan untuk menguji perbedaan parameter rerata-sel dan sifat homogenitas semua sel yang ditinjau, baik berdasarkan data eksperimen maupun data sampel survey untuk satu-faktor dan multifaktor (Agung, 2006). Dengan kata lain, *ANOVA* digunakan untuk mengetahui pengaruh utama (*main effect*) dan pengaruh interaksi (*interaction effect*) dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dari analisis tersebut dapat diperoleh informasi mengenai:

- Rangkuman deskriptif
- Statistik Uji-*F* untuk melakukan pengujian hipotesis tentang sifat homogen (varian sama antara sub-populasi yang ditinjau)
- Statistik untuk melakukan pengujian hipotesis tentang perbedaan atau kesamaan semua parameter rerata-sel
- Rangkuman statistik tentang kontras dan statistik Uji-*t* untuk melakukan pengujian hipotesis tentang setiap kontras yang didefinisikan

Pengujian statistik untuk metode analisis varian faktor-tunggal pada perangkat lunak SPSS dilakukan melalui prosedur *GLM (General Liner Model) Univariate*.

Dalam menarik kesimpulan dari suatu analisis varian faktor-tunggal, diperlukan beberapa tahapan pengujian hipotesis, sehingga dapat dinyatakan apakah hasil uji yang diperoleh memiliki makna signifikan atau tidak. Hipotesis yang diujikan antara lain :

a. Uji homogenitas

Dalam pengujian hipotesis dengan menerapkan model *One-Way ANOVA* dibutuhkan asumsi bahwa suku kesalahan random mempunyai varian konstan. Hal ini dilakukan guna menentukan apakah data yang dipakai mendukung kebenaran suatu asumsi.

Adapun hipotesis yang diajukan yaitu :

$$H_0 : \delta_i = \delta, \text{ untuk semua } i$$

$$H_1 : \text{Bukan } H_0$$

Pengujian hipotesis ini menggunakan perangkat lunak SPSS ditunjukkan dari statistik uji *Levene's-test*.

b. Hipotesis tentang pengaruh variabel bebas secara bersama

Untuk variabel tak-bebas Z (*innovation resistance*), hipotesis univariat pertama yang diperhatikan adalah: (Contoh untuk indikator-indikator dari variabel bebas Xa)

$$H_0 : Xa_{1i} = (Xa_1 Xa_2)_{ij} = 0, \text{ untuk semua } i \ \& \ j$$

$$H_1 : \text{Bukan } H_0$$

Hipotesis ini digunakan untuk menguji apakah indikator-indikator dari variabel bebas yang digunakan dalam model secara bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel tak bebas Z .

Dalam pengujian hipotesis, kriteria untuk menolak atau tidak menolak H_0 berdasarkan *P-value* adalah sebagai berikut:

- Jika $P\text{-value} < P\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, dan
- Jika $P\text{-value} \geq P\text{-tabel}$, maka H_0 tidak dapat ditolak

c. Hipotesis tentang parameter pengaruh indikator secara parsial

Hipotesis tentang parameter pengaruh indikator secara parsial yang akan diuji adalah:

$$H_0 : Xa_{1i} = 0, \text{ untuk semua } i$$

$$H_1 : \text{Bukan } H_0$$

d. Hipotesis tentang parameter pengaruh interaksi dari indikator-indikator variabel bebas

Hipotesis tentang parameter pengaruh interaksi dari indikator-indikator variabel bebas yang akan diuji adalah:

$$H_0 : (Xa_1Xa_2)_{ij} = 0, \text{ untuk semua } i \ \& \ j$$

$$H_1 : \text{Bukan } H_0$$

4.2.3 Sistematika Analisis Data Secara Statistik

Data primer yang diperoleh dari kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari masing-masing faktor pada awalnya harus dikelompokkan terlebih dahulu melalui analisis faktor, sehingga menjadi kelompok yang lebih kecil. Metode analisis faktor yang digunakan yaitu bersifat eksploratori, dimana faktor baru yang terbentuk dikategorikan dengan penamaan yang merupakan *adjustment* dari peneliti, namun tetap mengacu kepada model penelitian yang digunakan.

Setelah faktor baru terbentuk, maka selanjutnya dilakukan analisis varian menggunakan prosedur *GLM Univariate* untuk melihat tingkat signifikansi dan bagaimana variabel-variabel independen memberikan pengaruh, baik secara partial maupun dengan adanya faktor interaksi kepada variabel dependen.

BAB V

HASIL PENELITIAN

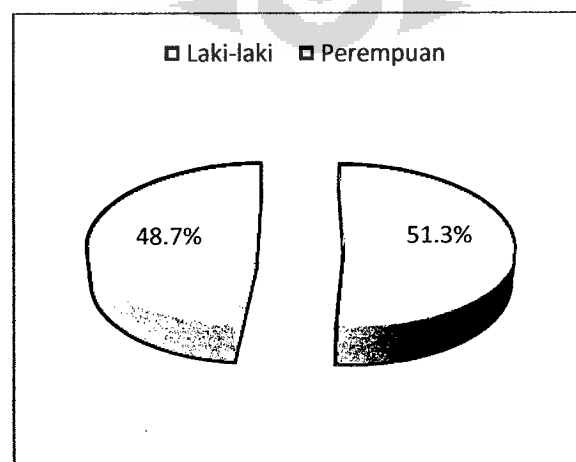
5.1 DATA RESPONDEN

Responden pada penelitian ini adalah nasabah BCA yang berdomisili di Jakarta, berusia lebih besar sama dengan 17 tahun, dan belum pernah menggunakan layanan *mobile banking* baik yang disediakan oleh BCA maupun dari bank-bank lainnya. Sebaran data responden dijabarkan berdasarkan jenis kelamin, rata-rata usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan tingkat pengeluaran responden.

5.1.1 Rata-rata usia responden berdasarkan jenis kelamin

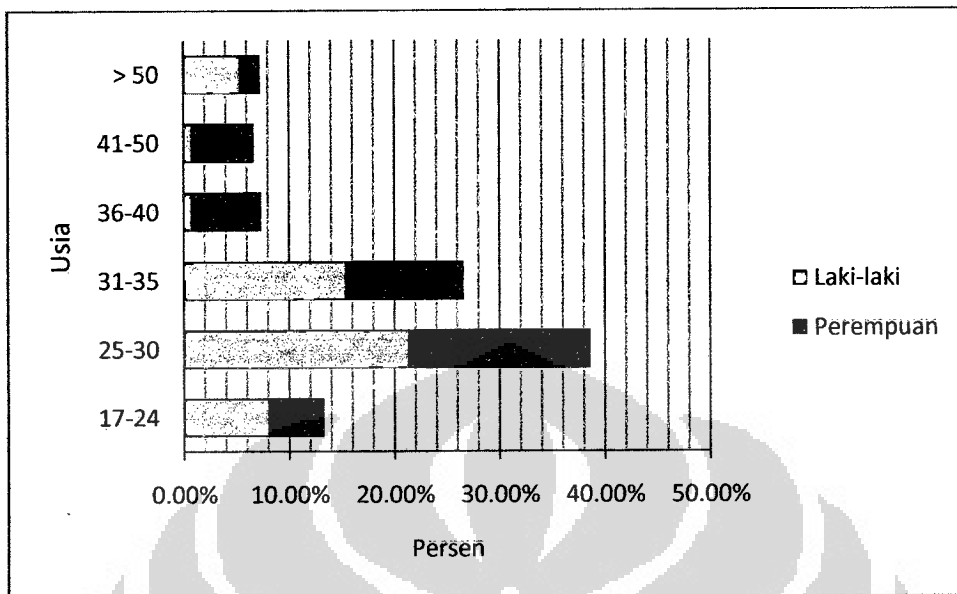
Dari lampiran B (halaman L13) dapat dilihat bahwa responden yang digunakan pada penelitian ini memiliki proporsi sebanyak 51.3% responden laki-laki ($n=77$) dan 48.7% responden perempuan ($n=73$). Dari grafik 5.1 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki berusia 25-30 tahun (21.3%) dan responden wanita berusia 25-30 tahun sebanyak 17.3%.

Gambar 5.1 Perbandingan Rata-rata Jenis Kelamin Responden



Sumber: Data diolah oleh penulis

Gambar 5.2 Grafik Perbandingan Rata-rata Usia Responden berdasarkan Jenis Kelamin

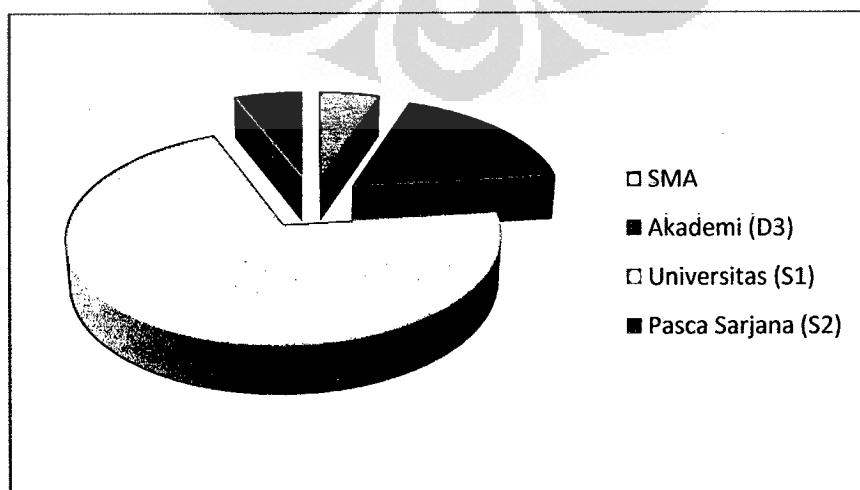


Sumber: Data diolah oleh penulis

5.1.2 Tingkat pendidikan responden

Sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan formal dengan gelar sarjana sebanyak 70.7%, akademi ataupun diploma tiga sebanyak 18%, pasca sarjana sebanyak 6% dan paling sedikit berpendidikan terakhir SMA sebanyak 5.3%.

Gambar 5.3 Perbandingan Rata-rata Tingkat Pendidikan Responden

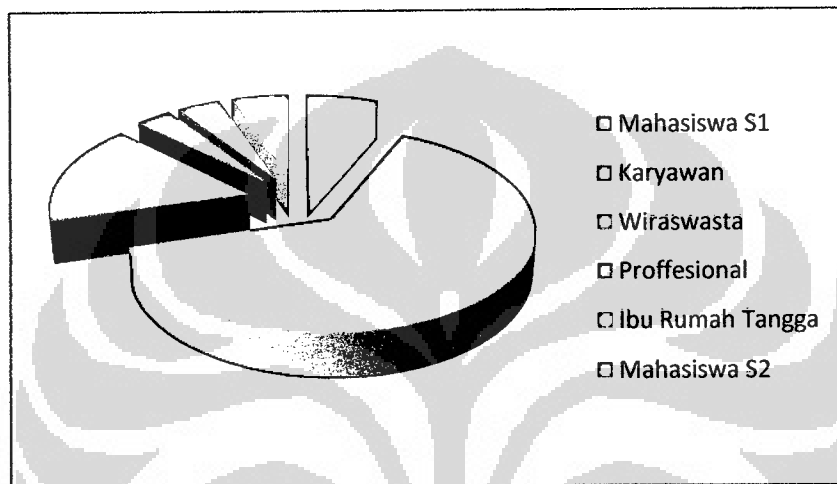


Sumber: Data diolah oleh penulis

5.1.3 Pekerjaan responden

Responden yang digunakan sebagian besar berprofesi sebagai karyawan sebanyak 64%, diikuti dengan wiraswasta sebanyak 16.7%, mahasiswa S1 sebanyak 6.7%, mahasiswa S2 sebanyak 5.3%, ibu rumah tangga sebanyak 4%, dan paling sedikit dari kalangan profesional sebanyak 3.3%.

Gambar 5.4 Pekerjaan Responden

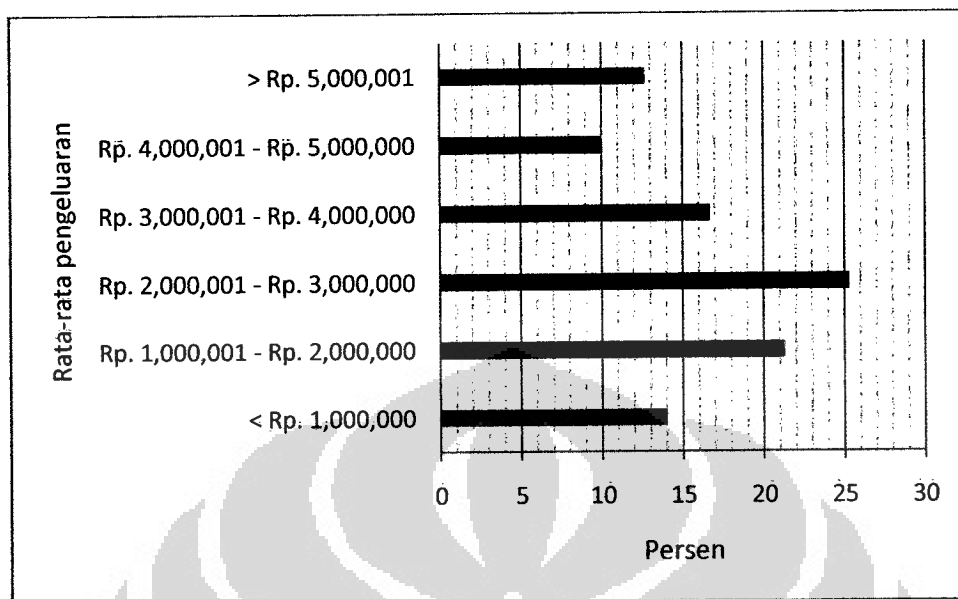


Sumber: Data diolah oleh penulis

5.1.4 Tingkat pengeluaran rata-rata per-bulan responden

Responden paling banyak memiliki tingkat pengeluaran rata-rata per-bulan yaitu pada kisaran Rp.2,000,001-Rp.3,000,000 dengan persentase sebesar 25.3%, diikuti dengan pengeluaran pada kisaran Rp.1,000,001-Rp.2,000,000 sebesar 21.3%, kisaran Rp.3,000,001-Rp.4,000,000 sebesar 16.7%, kisaran kurang dari Rp.1,000,001 sebesar 14%, kurang dari Rp.5,000,000 sebesar 12.7%, dan persentase terendah pada kisaran Rp.4,000,001-Rp.5,000,000 sebesar 10%. Hal ini memberikan gambaran awal bahwasanya responden yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar merupakan kalangan menengah ke atas.

Gambar 5.5 Grafik Perbandingan Tingkat Pengeluaran Rata-rata per-Bulan Responden

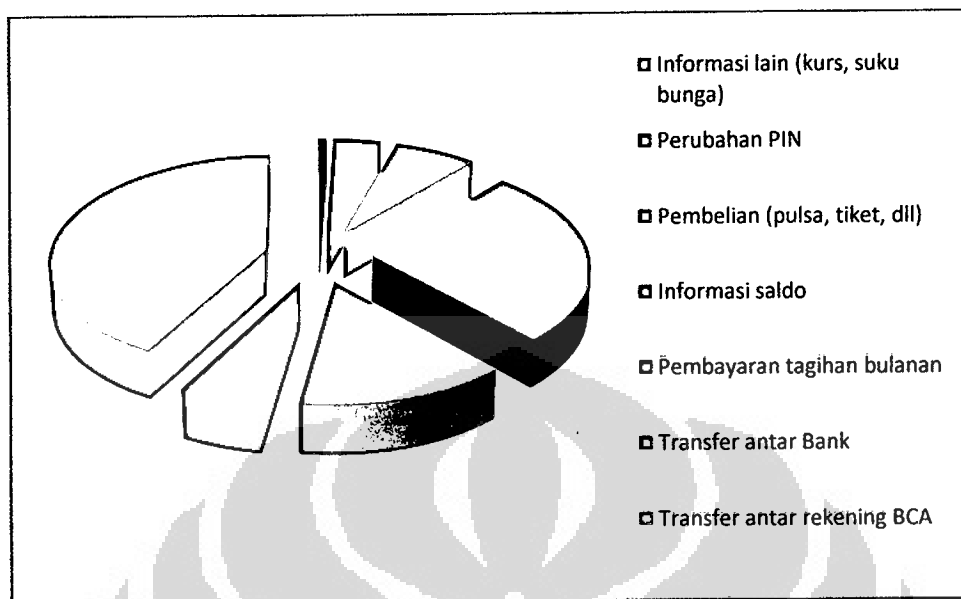


Sumber: Data diolah oleh penulis

5.1.5 Transaksi yang Umumnya Dilakukan Responden Melalui ATM BCA

Secara umum, sebagian besar responden menggunakan fungsi non-tunai dari ATM BCA untuk melakukan transfer antar rekening BCA (128 pemilih), yang diikuti dengan fungsi informasi saldo (82 pemilih), pembayaran tagihan bulanan (43 pemilih), pembelian (pulsa, tiket, saham, dll) sebanyak 21 pemilih, transfer antar bank (17 pemilih), perubahan PIN (12 pemilih), dan paling sedikit menggunakan fungsi ATM untuk informasi kurs, suku bunga, dll, sebanyak 2 pemilih. Transfer antar rekening menjadi pilihan paling banyak dimungkinkan karena keberadaan ATM BCA yang tersebar dan dalam jumlah yang relatif banyak memudahkan nasabah untuk melakukan transfer ke sesama pengguna BCA tanpa harus melakukannya di bank. Hal ini juga dapat menjadi salah satu gambaran bahwa responden cukup mempercayai kinerja ATM BCA untuk fungsi transfer ke sesama pemegang rekening BCA.

Gambar 5.6 Jenis-jenis Transaksi Non-Tunai yang Umumnya Dilakukan Responden Melalui ATM BCA

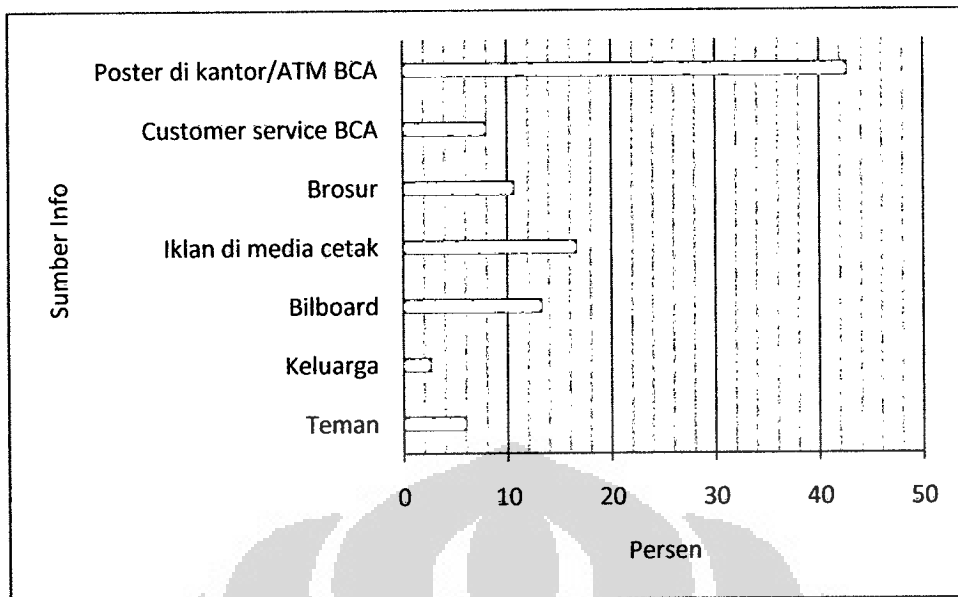


Sumber: Data diolah oleh penulis

5.1.6 Sumber Informasi *Mobile Banking* BCA Pertama Kali

Berdasarkan data pada lampiran B (halaman L15), dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini memperoleh informasi mengenai keberadaan *mobile banking* BCA untuk pertama kalinya secara berurutan yaitu; paling banyak mengetahui dari poster yang terpampang di dalam kantor/ATM BCA sebesar 42.6%, diikuti dengan iklan di media cetak sebesar 16.7%, *billboard* sebesar 13.3%, brosur 10.7%, *customer service* BCA sebesar 8%, teman sebesar 6%, dan keluarga sebesar 2.7%. Hal ini memberikan gambaran bahwa penempatan media komunikasi (berupa poster) pada area yang sering dikunjungi oleh nasabah BCA (di dalam ruangan Bank maupun ATM) memberikan *exposure* yang cukup baik dalam memberikan *awareness* terhadap keberadaan layanan *mobile banking* BCA.

Gambar 5.7 Grafik Sumber Informasi Pertama *Mobile Banking* BCA



Sumber: Data diolah oleh penulis

5.2 Hasil Analisis Faktor

Asumsi yang mendasari dapat tidaknya analisis faktor yaitu data matrik harus memiliki korelasi yang cukup kuat (*suffecient correlation*). Uji *Bartlet of sphericity* merupakan uji statistik untuk menentukan ada tidaknya korelasi antar variabel. Dari hasil analisis faktor diperoleh nilai $KMO = 0.508$ dan nilai *Bartlet test* dengan *Chi-squares* = 940.416 dan signifikan pada 0.000 (lampiran C1, halaman L20), sehingga dapat disimpulkan bahwa uji analisis faktor dapat dilanjutkan.

Faktor baru yang terbentuk yaitu sebanyak 5 faktor berdasarkan pada nilai *eigen value* > 1 dengan *cumulative %* sebesar 71.022%, atau dapat dikatakan faktor baru tersebut mampu menjelaskan sebesar 71.022% variasi.

Untuk melakukan interpretasi faktor, salah satunya dapat digunakan *factor rotation* dengan metode *varimax*. Menurut Hair, J et al (1998), metode *varimax* dapat digunakan secara efektif sebagai pendekatan analitik untuk mendapatkan rotasi ortogonal suatu faktor. Dari tabel *rotated component matrix* (lampiran C1, halaman

L23), secara eksploratori (berdasarkan nilai tertinggi dari *factor loading*) dapat dilihat bahwa faktor 1 tersusun atas indikator "kelengkapan informasi" dan "kemudahan info dipahami" yang dapat dikategorikan sebagai *information barrier*. Selanjutnya faktor 2 tersusun dari indikator "jika dikondisikan dekat ATM", "jika dikondisikan melakukan beberapa transaksi sekaligus", dan "prosedur administrasi" yang dikategorikan sebagai *tradition barrier*. Faktor 3 tersusun dari indikator "kenyamanan", "peluang melakukan kesalahan" dan "image keseluruhan" yang dikategorikan sebagai *usage barrier*. Faktor 4 tersusun dari indikator "kemungkinan transaksi gagal", "keamanan jaringan", dan "jika ponsel hilang" yang dikategorikan sebagai *risk barrier*. Faktor 5 sebagai faktor terakhir terdiri dari indikator "biaya", "kebutuhan akan mobile banking", dan "perbedaan bukti transaksi". Dari hasil tersebut ternyata indikator "image mobile banking secara keseluruhan" tidak dikelompokkan sebagai *image barrier*. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan data yang digunakan, menunjukkan indikator tersebut cenderung memiliki sifat homogen dengan faktor *tradition barrier*.

Tabel 5.1 Faktor-faktor Baru yang Terbentuk Melalui *Exploratory Factor Analysis*

Faktor 1 (<i>Information</i>)	Faktor 2 (<i>Tradition</i>)	Faktor 3 (<i>Usage</i>)	Faktor 4 (<i>Risk</i>)	Faktor 5 (<i>Value</i>)
Kelengkapan informasi	Jika dikondisikan dekat ATM	Kenyamanan	Peluang kegagalan transaksi	Biaya
Kemudahan informasi dipahami	Pilihan cara apabila melakukan transaksi sekaligus	Peluang melakukan kesalahan	Keamanan jaringan sistem	Manfaat
	Prosedur administrasi	Persepsi rumit	Keamanan dari pembobolan apabila ponsel hilang	Perbedaan Bukti transaksi

Sumber: Data diolah oleh penulis

Untuk dapat dilakukan analisis varian faktor tunggal berikutnya, maka melalui metode eksploratori pada tabel *rotated component matrix* (lampiran C1, halaman L23) ditetapkan batasan bahwa nilai *factor loading* dibawah 0.398 dan diatas 0.939 sebagai kategori jawaban yang mengindikasikan resistensi tinggi dan diantara 0.398 hingga 0.939 sebagai kategori jawaban yang mengindikasikan resistensi rendah. Metode eksploratori dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa faktor-faktor baru yang terbentuk dimungkinkan memiliki kesamaan dengan faktor-faktor lainnya. Selain itu, faktor yang direduksi bukan berarti menghilangkan sama sekali dimensi yang ada (Hair, J et al, 2008).

5.3 Hasil Uji Analisis Varian Faktor Tunggal (ANOVA)

5.3.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Variabel Bebas Secara Bersama

Setelah dilakukan analisis faktor, diperoleh 5 faktor yang kemudian dilakukan prosedur *One-way ANOVA*. Dari prosedur tersebut didapat hasil statistik Uji *Levene* yang mempunyai pendekatan distribusi-*F* dengan $F = 3.296$ pada derajat bebas (df) = 12 dan nilai $-P = 0.000 < \alpha = 0.05$ (lampiran C2, halaman L26), sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak atau menunjukkan bahwa data yang dipakai tidak mendukung kebenaran asumsi homogen variabel dependen dalam semua sub-populasi yang ditinjau. Berkaitan dengan hal tersebut Agung (2006) menyatakan bahwa pada pengujian hipotesis sekiranya tidak perlu ragu-ragu untuk melanjutkan pada pengujian hipotesis selanjutnya karena data sampel merupakan data yang diperoleh berdasarkan kelompok individu yang kebetulan terpilih, bahkan mungkin dipilih dengan sengaja oleh seorang peneliti. Selain itu, homogenitas tidak dipenuhi juga dimungkinkan karena faktor-faktor yang digunakan pada dasarnya merupakan faktor yang berbeda (*functional and psychological*).

Pada pengujian hipotesis tentang pengaruh variabel bebas secara bersama, diperoleh hasil Uji- F sebesar 6.717 pada derajat bebas = 12 dan nilai- $P=0.000$ yang lebih kecil dari $\alpha=0.05$ (lampiran C2, halaman L27), sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa ke-lima faktor yang dipakai dalam model secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tak bebas (resistensi). Peneliti disini memasukkan semua faktor secara bersama-sama dalam pengujian dengan asumsi bahwa; masing-masing faktor pada kenyataannya tidak berdiri sendiri melainkan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Tabel 5.2 Uji-Hipotesis pada Pengaruh Variabel Bebas secara Bersama

Faktor	Nilai Uji- F	Nilai P -Value ($\alpha= 0.05$)	Keterangan
<i>Usage barrier</i>	0.026	0.873	Tidak dapat tolak H_0
<i>Value barrier</i>	0.228	0.634	Tidak dapat tolak H_0
<i>Risk Barrier</i>	8.846	0.003	Tolak H_0
<i>Tradition barrier</i>	0.902	0.344	Tidak dapat tolak H_0
<i>Information barrier</i>	0.441	0.508	Tidak dapat tolak H_0

Sumber : Data diolah oleh penulis

Dari tabel 5.2 dapat dilihat bahwa dari hasil statistik uji- F dan P -value, hanya *risk barrier* yang menunjukkan nilai yang signifikan pada $\alpha=0.05$, sedangkan faktor lainnya tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi resistensi secara parsial. Artinya, bila kelima faktor tersebut muncul, maka hanya faktor *risk barrier* saja yang memiliki pengaruh signifikan terhadap munculnya resistensi. Hal ini bukan berarti faktor-faktor yang lain tidak memiliki pengaruh sama sekali, karena faktor-faktor tersebut memang ada dan mempengaruhi resistensi namun pada tingkat pengaruh yang tidak signifikan jika mereka berdiri sendiri.

Keadaan tersebut menunjukkan bahwa faktor keamanan menjadi hal utama yang pertama kali dipertimbangkan oleh nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Apabila pemasar mampu mengatasi masalah persepsi mengenai faktor resiko ini maka untuk mengatasi faktor-faktor yang lain sekiranya akan menjadi lebih mudah, karena apabila pengaruh dari faktor *risk* tersebut tidak diatasi terlebih dahulu maka usaha yang dilakukan untuk mengatasi faktor-faktor lain akan menjadi tidak efektif karena penyebab utama yang menjadi penghalang secara nyata belum terpecahkan.

Hal ini cukup relevan mengingat tingkat kepercayaan masyarakat di Indonesia pada umumnya terhadap layanan elektronik berbasis teknologi jaringan masih relatif rendah. Kepercayaan yang dimaksud adalah keamanan jaringan sistem terhadap *cyber crime* dan kehandalan kinerja *mobile banking* yang masih diragukan karena bergantung pada jaringan operator seluler yang terkadang mengalami gangguan sehingga berpeluang menyebabkan kegagalan transaksi.

5.3.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Variabel Bebas Secara Parsial

Berdasarkan pengujian hipotesis sebelumnya mengenai pengaruh variabel bebas secara bersama, maka selanjutnya harus dilihat pula pengujian tingkat signifikansi berdasarkan pengaruh indikator dari masing-masing faktor, yang dapat dilihat dari nilai uji-*t*. Berikut disajikan pengujian hipotesis berdasarkan statistik uji-*t*:

Tabel 5.3 Uji-t pada Pengaruh Variabel Bebas secara Terpisah

Barrier	Kategori	Sig.	Keterangan
<i>Usage</i>	Penggunaan sulit	0,031>0,05	Tolak Ho
	Mudah digunakan	.	<i>Undefined</i>
<i>Value</i>	Rendah	0,32>0,05	Tidak dapat tolak Ho
	<i>Worthed</i>	.	<i>Undefined</i>
<i>Risk</i>	Resiko tinggi	0,033<0,05	Tolak Ho
	Aman	.	<i>Undefined</i>
<i>Tradition</i>	Sulit berubah	0,083>0,05	Tidak dapat tolak Ho
	Mau menerima hal baru	.	<i>Undefined</i>
<i>Information</i>	Tidak mengetahui	1,00>0,05	Tolak Ho
	Memahami dengan baik	.	<i>Undefined</i>

Sumber: Data diolah oleh penulis

a. Pengaruh *usage barrier* terhadap resistensi

Berdasarkan statistik uji-t pada tabel 5.3 diatas, dapat dilihat bahwa pada kategori "penggunaan sulit", *usage barrier* memiliki nilai yang signifikan dengan nilai t-hitung = 2,184 (lampiran C2, halaman L28), yang artinya sebagian besar sampel memberikan jawaban bahwa *mobile banking* dipersepsikan sebagai hal yang sulit secara praktis dalam penggunaannya. Sebaliknya pada kategori "mudah digunakan" menunjukkan hasil *undefined* yang artinya bahwa data yang digunakan tidak mendukung pengujian hipotesis dalam mempengaruhi resistensi.

b. Pengaruh *value barrier* terhadap resistensi

Value barrier pada kategori "rendah" memiliki nilai yang tidak signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai t-hitung = 0,997 (lampiran C2, halaman L28), yang artinya aspek *value* pada kategori tersebut memberikan pengaruh yang sangat kecil terhadap resistensi. Sedangkan pada kategori "*worthed*" memberikan hasil *undefined*, karena aspek tersebut merupakan kontras dari resistensi.

c. Pengaruh *risk barrier* terhadap resistensi

Risk barrier pada kategori "resiko tinggi" memiliki nilai yang signifikan dengan nilai t-hitung = 1,748 (lampiran C2, halaman L28), yang artinya sebagian besar sampel memberikan jawaban bahwa bertransaksi menggunakan *mobile banking* dipersepsikan sebagai hal yang cukup beresiko. Sebaliknya pada kategori "aman" menunjukkan hasil *undefined* yang artinya bahwa aspek "aman" tidak dapat didefinisikan sebagai indikator yang mempengaruhi resistensi karena merupakan kontras yang menunjukkan kemauan untuk mengadaptasi layanan tersebut.

d. Pengaruh *tradition barrier* terhadap resistensi

Tradition barrier pada kategori "sulit berubah" memiliki nilai yang tidak signifikan dengan nilai t-hitung = -1,748 (lampiran C2, halaman L28), yang artinya aspek kebiasaan yang tinggi tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap resistensi. Hal ini menunjukkan bahwa sampel yang digunakan cukup berminat untuk mengadopsi layanan *mobile banking* sebagai sesuatu hal yang baru dari produk substitusi yang telah ada sebelumnya.

e. Pengaruh *information barrier* terhadap resistensi

Information barrier pada kategori "tidak mengetahui" memiliki nilai yang tidak signifikan dengan nilai t-hitung = 0,000 (lampiran C2, halaman L28), yang artinya data sampel yang digunakan memiliki *awareness* dan pengetahuan yang cukup untuk dapat menggunakan dan memiliki layanan *mobile banking*. Hal ini dapat dijelaskan berdasarkan fakta di lapangan bahwa pihak BCA sudah memberikan informasi yang cukup baik, seperti halnya

melalui *customer service*, brosur, *website* resmi BCA, dan aplikasi pendaftaran awal *mobile banking* melalui mesin ATM yang cukup mudah.

5.3.3 Pengujian Hipotesis Pengaruh Faktor Interaksi Terhadap Resistensi

Pengaruh faktor interaksi memiliki arti bahwasanya interaksi berbagai variabel independen dalam memberikan pengaruh terhadap variabel dependen dapat memberikan hasil yang berbeda apabila dikombinasikan dengan variabel-variabel independen lainnya. Secara lebih lanjut, pada tabel dibawah ini dapat dilihat tingkat signifikansi kombinasi interaksi dari kelima faktor dalam mempengaruhi resistensi.

Tabel 5.4 Uji-F, Nilai P-value dan Signifikansi Pengaruh Faktor Interaksi Variabel Bebas terhadap Resistensi

Faktor interaksi	Nilai Uji-F	Nilai P-Value	Signifikansi
<i>Usage*Value</i>	13.951	0.000	Signifikan
<i>Usage*Risk</i>	0.525	0.470	Tidak Signifikan
<i>Value*Risk</i>	0.504	0.479	Tidak Signifikan
<i>Usage*Value*Risk</i>	.	.	Undifined
<i>Usage*Tradition</i>	4.796	0.030	Signifikan
<i>Value*Tradition</i>	.	.	Undifined
<i>Usage*Value*Tradition</i>	.	.	Undifined
<i>Risk*Tradition</i>	5.201	0.024	Signifikan
<i>Usage*Risk*Tradition</i>	.	.	Undifined
<i>Value*Risk*Tradition</i>	.	.	Undifined
<i>Usage*Value*Risk*Tradition</i>	.	.	Undifined
<i>Usage*Information</i>	10.637	0.001	Signifikan
<i>Value*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Usage*Value*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Risk*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Usage*Risk*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Value*Risk*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Usage*Value*Risk*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Tradition*Information</i>	2.521	0.115	Tidak signifikan
<i>Usage*Tradition*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Value*Tradition*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Usage*Value*Tradition*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Risk*Tradition*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Usage*Risk*Tradition*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Value*Risk*Tradition*Information</i>	.	.	Undifined
<i>Usage*Value*Risk*Tradition*Information</i>	.	.	Undifined

Sumber : Data diolah oleh penulis

Tabel 5.3 diatas menunjukkan bahwasanya dari seluruh kombinasi interaksi antar faktor terdapat kombinasi interaksi dengan nilai signifikan, tidak signifikan, dan *undefined* (atau tingkat signifikansi hasil yang diperoleh tidak dapat didefinisikan). Secara lebih lanjut dilihat pula pengaruh faktor interaksi per indikator berdasarkan signifikansi dari nilai t-hitung. Oleh karena itu, disini penulis hanya akan membahas perbandingan rata-rata dari kategori-kategori faktor dengan pengaruh yang bernilai signifikan saja, antara lain juga ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.5 Uji-t pada Pengaruh Faktor Interaksi

Faktor	Kategori	Sig.	Mean	Keterangan
<i>Usage</i>	Penggunaan sulit	0,000<0,05	M=1,303	Tolak Ho
<i>Value</i>	Rendah			
<i>Usage</i>	Penggunaan sulit	0,03<0,05	M=1,229	Tolak Ho
<i>Tradition</i>	Sulit berubah			
<i>Risk</i>	Resiko tinggi	0,024<0,05	M=1,500	Tolak Ho
<i>Tradition</i>	Sulit berubah			
<i>Usage</i>	Penggunaan sulit	0,01<0,05	M=1.354	Tolak Ho
<i>Information</i>	Tidak mengetahui			

Sumber: Data diolah oleh penulis

- a. Pengaruh faktor interaksi antara *usage barrier* dan *value barrier* terhadap resistensi

Interaksi antara *usage barrier* dan *value barrier* dengan kategori ” penggunaan sulit” dan *value* ”rendah” menunjukkan hasil pengujian yang signifikan pada $\alpha = 0,05$ berdasarkan nilai t-hitung = -3,375 (lampiran C2 halaman L30). Hal ini memberikan gambaran bahwasanya aspek kemudahan cara dan manfaat yang dapat mereka peroleh apabila menggunakan layanan *mobile banking* menjadi pertimbangan penting bagi sebagian besar nasabah.

Bila layanan ini dipersepsikan sebagai sesuatu hal yang rumit dan dianggap tidak banyak memberikan nilai tambah, maka nasabah cenderung untuk enggan mengadopsi *mobile banking*, mengingat keberadaan ATM yang relatif banyak dan tersebar luas telah memberikan kemudahan serta manfaat yang cukup besar kepada nasabah hingga saat ini.

b. Pengaruh faktor interaksi antara *usage barrier* dan *tradition barrier* terhadap resistensi

Interaksi antara *usage barrier* dan *tradition barrier* dengan kategori "penggunaan sulit" dan "sulit berubah" menunjukkan hasil pengujian yang signifikan pada $\alpha = 0,05$ berdasarkan nilai t-hitung = -3,375 (lampiran C2 halaman L30). Hal tersebut menunjukkan bahwa untuk mengurangi pengaruh kebiasaan konsumen terhadap resistensi, maka hambatan yang berkaitan dengan persepsi penggunaan yang sulit harus direduksi terlebih dahulu, yang artinya konsumen akan merasa enggan untuk mencoba hal baru sebelum mereka merasa yakin bahwa inovasi yang akan mereka adopsi memiliki cara penggunaan yang lebih mudah dibandingkan dengan cara-cara yang umumnya mereka lakukan.

c. Pengaruh faktor interaksi antara *risk barrier* dan *tradition barrier* terhadap resistensi

Interaksi antara *risk barrier* dan *tradition barrier* dengan kategori "resiko tinggi" dan "sulit berubah" menunjukkan hasil pengujian yang signifikan pada $\alpha = 0,05$ berdasarkan nilai t-hitung = 2,281 (lampiran C2 halaman L28). Hal tersebut menunjukkan bahwa perpaduan antara persepsi resiko tinggi dan kemauan yang rendah dalam mencoba hal baru memberikan pengaruh yang

kuat terhadap resistensi. Secara lebih lanjut, dapat diartikan pula bahwa sebagian besar responden cenderung untuk tetap menggunakan cara-cara yang biasa mereka lakukan atau tidak mau berubah, sebelum mereka merasa yakin bahwa layanan *mobile banking* benar-benar aman, dapat dipercaya, dan handal.

d. Pengaruh faktor interaksi antara *usage barrier* dan *information barrier* terhadap resistensi

Interaksi antara *usage barrier* dan *information barrier* dengan kategori "penggunaan sulit" dan "tidak mengetahui" menunjukkan hasil pengujian yang signifikan pada $\alpha = 0,05$ berdasarkan nilai t-hitung = -3,261 (lampiran C2 halaman L28). Hal ini menunjukkan bahwasanya aspek kenyamanan dan kemudahan menjadi pertimbangan awal bagi nasabah untuk mengadopsi atau tidak mengadopsi layanan *mobile banking*. Selanjutnya tanpa pengetahuan yang cukup mengenai langkah-langkah penggunaan dan prosedur administrasi, konsumen cenderung untuk tetap bertahan pada kebiasaannya, hingga mereka mendapatkan informasi secara jelas dan lengkap.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil yang diperoleh dari pengolahan data, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Resistensi khususnya pada nasabah dari Bank Central Asia (BCA), dipengaruhi oleh lima faktor, antara lain *usage barrier*, *value barrier*, *risk barrier*, *tradition barrier*, dan *information barrier*. *Image barrier* pada penelitian ini digabungkan bersama *usage barrier* dikarenakan faktor tersebut memiliki kesamaan dengan aspek penggunaan secara praktis yang rumit bila dikaitkan dengan teknologi baru.
2. *Risk barrier* merupakan faktor utama yang memiliki pengaruh secara signifikan dan sekaligus menjadi faktor yang paling mempengaruhi resistensi nasabah terhadap layanan *mobile banking*. Secara terpisah (parsial) faktor-faktor *barrier* lainnya memiliki tingkat signifikansi yang relatif sangat kecil.
3. Interaksi faktor antara *usage barrier* bersama *tradition barrier*, *risk barrier* bersama *tradition barrier*, dan faktor *usage barrier* bersama *information barrier* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap resistensi.

6.2 Implikasi Manajerial

Hal pertama yang harus menjadi perhatian pemasar, khususnya pihak Bank Central Asia ialah upaya membangun persepsi aman atas layanan *mobile banking*. Faktor resiko mencakup persepsi konsumen terhadap keamanan jaringan dan resiko kegagalan transaksi *mobile banking* yang cukup tinggi. Hal ini menggambarkan

bahwa tingkat kepercayaan khususnya nasabah BCA terhadap layanan *mobile banking* masih rendah, sehingga untuk mengatasi resistensi, hal pertama yang harus dilakukan adalah menciptakan persepsi aman pada layanan tersebut.

Strategi komunikasi yang sebaiknya digunakan ialah dengan cara mendekatkan konsumen terhadap layanan tersebut seperti melalui *trial-use*. Untuk menjamin keamanan dan kehandalan sistem, hendaknya juga terus dilakukan perbaikan pada infrastruktur jaringan, penggunaan metode enkripsi yang lebih aman, dan persiapan *system recovery* apabila sewaktu-waktu terjadi kegagalan.

Selanjutnya, untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman nasabah mengenai cara-cara transaksi dan prosedur administrasi dapat dilakukan strategi komunikasi yang bersifat edukatif. BCA dapat memanfaatkan saluran komunikasi seperti melalui *customer service officer*, penggunaan poster serta brosur disekitar kantor/ATM BCA, dan atau melalui *campaign* iklan.

Nilai tambah dan kegunaan (*value*) dari layanan *mobile banking* akan berarti secara signifikan bila pemasar mampu mematahkan persepsi rumit dan ketidaknyaman yang melekat di benak konsumen. Upaya memberikan *framing* atas aspek kenyamanan harus dibarengi dengan penyampaian informasi secara rinci mengenai cara-cara praktis dalam menggunakan *mobile banking* berikut prosedur administrasi yang harus dilakukan, karena tanpa adanya komunikasi yang bersifat edukatif, persepsi mudah tidak akan muncul.

Bila pemasar mampu menciptakan persepsi nyaman dalam penggunaan *mobile banking*, maka hal ini akan menstimulasi minat konsumen untuk mencoba dan beralih kepada layanan ini. Akan tetapi, untuk merubah kebiasaan konsumen dan membuat mereka menerima hal baru hanya efektif apabila mereka telah menganggap *mobile*

banking cukup aman dan handal. Apabila hal ini tidak terpenuhi, maka nasabah akan cenderung untuk tetap berada pada kebiasaan lama sebelumnya.

6.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Sampel yang diteliti hanya mencakup nasabah BCA dengan menggunakan objek penelitian layanan *mobile banking* BCA, sehingga pada penelitian selanjutnya dapat dipilih responden dari bank-bank lain yang juga menyediakan layanan *mobile banking*.
2. Sampel yang dipergunakan merupakan nasabah yang belum pernah menggunakan *mobile banking* (*non-experienced user*), sehingga pada penelitian selanjutnya sebaiknya mempergunakan sampel nasabah yang pernah mencoba menggunakan *mobile banking* namun mengalami resistensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I.G.N. 2006. Penerapan Model Rerata-Sel Multivariat dan Model Ekonometri dengan SPSS. Jakarta: Yayasan SAD Bhakti.
- Barnes, S. J. and Corbitt, B. 2003. *Mobile banking: concept and potential*. International Journal of Mobile Communications, 1 (3), 273-288.
- Fain, D. and Roberts, M. L. 1997. *Technology vs. Consumer Behavior: The Battle for the Financial Services Customer*. Journal of Direct Marketing, 11 (1), 44-54.
- Filotto, U., Tanzi, P.M., and Saita, F., 1997. *Customer needs and front-office technology adoption*. International Journal of Bank Marketing 15 (1), 13-21.
- Hawkins, Del I, David L. Mothersbaugh, and Roger J. Best. 2007. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw Hill.
- Heinonen, K. 2004. *Time and location as customer perceived value drivers*. Economich Samhälle 124, Swedish School of Economics and Business Administration, Helsinki, Finland.
- Hair, J. et all. 1998. *Multivariate data analysis*. Prentice Hall.
- Imam Ghozali. 2005 Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jayawardhena, C., and Foley, P., 2000. *Changes in the banking sector – the case of Internet banking in the UK*. Internet Research 10, 19-30.

- Kuisma, T., Laukkanen, T., and Hiltunen, M. 2007. *Mapping the reasons for resistance to Internet banking: A means-end approach*. International Journal of Information Management, (Forthcoming).
- Laukkanen, T. and Lauronen, J. 2005. *Consumer value creation in mobile banking services*. International Journal of Mobile Communications, 3 (4), 325-338.
- Laukkanen, T., Sinkkonen, S. and Laukkanen, P. 2007. *Information as a barrier to innovation adoption*. ANZMAC (Australian and New Zealand Marketing Academy) Conference Proceedings, Dunedin, New Zealand, December 3-5, 2007.
- Malhotra, Naresh. K. 2007. *Marketing Research "An Applied Orientation"*. Pearson Education. Prentice Hall.
- Pousttchi, K. and Schurig, M. 2004. *Assessment of today's mobile banking applications from the view of customer requirements*. Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences, Big Island, Hawaii.
- Ram, S. 1989. *Successfull Innovation Using Strategies to Reduce Consumer Resistance; An Empirical Test*. Journal of Product Innovation Management, 6 (1), 20-34.
- Ram, S. and Sheth, J. N. 1989. *Consumer resistance to innovations: the marketing problem and its solutions*. The Journal of Consumer Marketing, 6 (2), 5-14.
- Sathye, M., 1999. *Adoption of Internet banking by Australian consumers: an empirical investigation*. International Journal of Bank Marketing 17 (7), 324-334.

Schiffman, Leon G, Kanuk, and Leslie Lazar. 2000. *Consumer Behaviour* 7th edition. Prentice Hall.

Siau, K., and Shen, Z., 2003. *Mobile communications and mobile services*. International Journal of Mobile Communications 1 (1/2), 3-14.

Sinkkonen, S., Laukkanen, P., Kivijärvi, M. and Laukkanen, T. 2007. *Modeling factors of consumer resistance to mobile banking*, Proceedings of the International Conference on Business and Information, Tokyo, Japan, July 11-13, 2007.

Super, SPL Tobing. 2008. Analisis Akuntansi Mental: *Promotion vs Prevention* dalam Pengambilan Keputusan Oleh Investor. Thesis: Magister Manajemen Universitas Indonesia. Jakarta.

Situs:

- **“Mobile banking di Indonesia : Sampai mana?”** (14 Maret 2006)
<http://kedaulatan-rakyat.com/article.php?sid=47568>
- **“Mobile business: dapatkah menggantikan lapangan golf?”** (8 Agustus 2004)
http://www.x-phone.com/www/art_detail.php?id=551
- **“Profil Bank Central Asia”** (9 Februari 2004)
<http://cbcindonesia.com/info/profil/perbankan/2004/2/2317.shtml>
- **“Sejarah e-banking dan mobile banking di Indonesia”** (20 April 2003)
http://Wikihost.org/wikis/indonesia/wiki/sejarah_internet_indonesia:e-banking
- **Situs resmi Bank Central Asia**
<http://www.Klikbca.com>



LAMPIRAN



Responden Yth,

Saya adalah mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Indonesia yang sedang melakukan penelitian mengenai faktor-faktor penghalang dalam penggunaan layanan mobile banking, dengan menggunakan subjek nasabah Bank Central Asia (BCA).

Demi tercapainya kredibilitas hasil penelitian yang tinggi, maka saya sangat mengharapkan Anda bersedia mengisi kuisisioner ini secara benar dan lengkap. Semua data dan informasi yang diperoleh melalui kuisisioner ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis semata.

Terima kasih atas partisipasi Anda dalam penelitian ini.

Yudha Tri Utama

Screening :

1. Apakah Anda nasabah BCA dan memiliki kartu ATM BCA ?

- (a) YA (b) TIDAK

Jika jawaban anda TIDAK, maka kuisisioner berakhir sampai pertanyaan ini

2. Apakah Anda mengetahui bahwa BCA menyediakan layanan *mobile banking/SMS banking* ?

- (a) YA (b) TIDAK

Jika jawaban anda TIDAK, maka kuisisioner berakhir sampai pertanyaan ini

3. Apakah Anda sebelumnya pernah menggunakan layanan *mobile banking/SMS banking* baik dari BCA maupun bank lain?

- (a) YA (b) TIDAK

Jika jawaban anda YA, maka kuisisioner berakhir sampai pertanyaan ini

Berikut ini adalah profil Anda :

1. Jenis kelamin Anda ?

- (a) Laki-laki (b) Perempuan

2. Usia Anda Saat Ini

- (a) 17-24 tahun (d) 36-40 tahun
(b) 25-30 tahun (e) 41-50 tahun
(c) 31-35 tahun (f) Lebih dari 51 tahun

3. Pendidikan terakhir yang Anda selesaikan ?

- (a) SD/SMP (d) Pasca Sarjana (S-2)
(b) SMA (e) Doktoral (S-3)
(c) Akademi (f) Lainnya, (sebutkan)
(d) Universitas (S-1)

4. Pekerjaan Anda saat ini ?

- (a) Pelajar (d) Wiraswasta
(b) Mahasiswa (e) Profesional (dokter, akuntan publik, dll)
(c) Karyawan/Staff/Pegawai (f) Lainnya (Sebutkan).....

5. Berapa pengeluaran rata-rata Anda per-bulan untuk semua kebutuhan ? (Tidak termasuk cicilan rumah atau kendaraan)

- (a) < Rp. 1,000,000,- (d) Rp. 3,000,001,- s/d Rp. 4,000,000,-
(b) Rp. 1,000,001,- s/d Rp. 2,000,000,- (e) Rp. 4,000,001,- s/d Rp. 5,000,000,-
(c) Rp. 2,000,001,- s/d Rp. 3,000,000,- (f) > Rp. 5,000,001,-

6. Selain penarikan tunai, transaksi-transaksi apa saja yang umumnya Anda lakukan melalui ATM BCA ? (**jawaban boleh lebih dari satu**)

- (a) Transfer antar rekening BCA
- (b) Transfer antar bank
- (c) Pembayaran tagihan (kartu kredit, telepon, listrik, PAM, cicilan, dll)
- (d) Informasi saldo
- (e) Pembelian (pengisian pulsa, tiket, saham, reksadana, dll)
- (f) Perubahan PIN
- (g) Informasi lain (kurs, suku bunga tabungan/deposito, dll)

7. Darimana Anda mengetahui keberadaan layanan *mobile banking* BCA (m-BCA) untuk pertama kali ? (**pilih salah satu jawaban**)

- (a) Teman
- (b) Keluarga
- (c) Iklan Billboard (di jalan atau di sekitar kantor cabang BCA)
- (d) Poster m-BCA (yang dipajang di dalam kantor BCA/ATM BCA)
- (d) Iklan di media cetak
- (e) Pesan yang ditunjukkan pada layar monitor ATM BCA
- (f) Brosur *mobile banking* BCA (m-BCA)
- (g) Informasi dari *customer service officer* BCA

Harap dibaca terlebih dahulu sebelum mengisi pertanyaan berikutnya

Informasi Umum mengenai layanan *mobile banking* BCA (m-BCA).

Ketentuan umum : Nasabah berhak memperoleh layanan *mobile banking* apabila memiliki rekening tabungan dan sudah memperoleh kartu ATM. Fungsi layanan *mobile banking* sama seperti fungsi ATM pada umumnya kecuali untuk penarikan tunai.

Prosedur untuk mendapatkan layanan *mobile banking* BCA :

1. Pastikan *SIM Card* dari ponsel GSM Anda (Telkomsel, Indosat, XL) sudah *mobile banking ready*. Apabila belum, maka Anda dapat mendatangi kantor layanan operator seluler sesuai dengan kartu GSM yang Anda gunakan untuk dilakukan *up-grade* dengan cara menukarkan *SIM Card* lama Anda.
2. Daftarkan nomor GSM ponsel Anda melalui ATM BCA ataupun dengan mendatangi langsung kantor cabang BCA terdekat.
3. Bila sudah terdaftar, berarti ponsel Anda sudah dapat untuk mengakses layanan *mobile banking* BCA (terbatas pada m-Info dan m-Admin).
4. Khusus untuk layanan transaksi yang bersifat finansial, Anda harus melakukan aktivasi terlebih dahulu hanya di kantor cabang BCA.

Pemblokiran m-BCA

m-BCA akan diblokir jika nasabah melakukan hal berikut :

1. Salah memasukan pin m-BCA sebanyak 3 kali berturut-turut
2. Mengajukan penggantian kartu ATM BCA dan atau kartu ATM BCA dilaporkan hilang
3. Melaporkan *SIM Card* GSM hilang/dicuri/dipindahtangankan kepada pihak lain
Bila *SIM Card* GSM dicuri, maka Nasabah harus memberikan surat pernyataan kehilangan/pencurian dari pihak kepolisian dalam waktu selambat-lambatnya 2 (dua) hari kerja BCA setelah pemberitahuan tersebut.

Kategori dan layanan dari *mobile banking* BCA (m-BCA)

No.	Kategori	Layanan
1.	m-Info	Informasi saldo, mutasi rekening, info kurs, info suku bunga tabungan dan deposito, info kode bank (untuk transfer antar bank, dan info perusahaan (untuk kegiatan m-payment dan m-commerce)
2.	m-Transfer	Transfer ke rekening BCA dan antar bank
3.	m-Payment	Pembayaran berbagai macam tagihan (kartu kredit, PLN, PAM, handphone, telepon, asuransi, pendidikan, dll)
4.	m-Commerce	Pembelian (pulsa isi ulang, saham, dll)
5.	m-Admin	Aktivasi dan ganti PIN

Biaya transaksi layanan m-BCA dari operator XL, INDOSAT, dan TELKOMSEL*

Jenis layanan	XL		INDOSAT		TELKOMSEL	
	Pasca Xplor	Pra Bebas	Pasca Matrix	Pra Mentari	Pasca kartuHALO	Pra simPATi
Finansial: m-Transfer m-Commerce m-Payment	Rp.1.000	Rp.1.000	Rp.1.000	Rp.1.000	Rp.1.500	Rp.1.950
Non Finansial: m-Info m-Admin	Rp.500	Rp.500	Rp.500	Rp.500	Rp.750	Rp.900

(*Keterangan : biaya per November 2007)

Cara menggunakan *mobile banking* BCA (m-BCA) :

Contoh aplikasi : Transfer ke rekening BCA

Langkah 1

Menu Kontak Pesan Pengaturan Layanan Permainan Layanan Operator ←		
OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*a/A	0	#

Pilih Menu > **Layanan operator**

(Pilih sesuai operator GSM)

Anda Telkomsel : T-Sel Menu

Indosat : Indosat@ccess

XL : Life in Hand/Layanan data)

Langkah 2

Layanan operator : m-BCA ← Layanan lainnya		
OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*a/A	0	#

Pilih **m-BCA**

Langkah 3

m-BCA: m-Info m-Transfer ← m-Payment		
OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*a/A	0	#

Pilih **m-Transfer**

Langkah 4

m-Transfer :

Antar rekening BCA ←
Antar Bank

OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*A	0	#

Pilih : Antar rekening BCA

Langkah 5

Mata uang :

Rp ←
USD
GSD

OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*A	0	#

Pilih mata uang (contoh: Rupiah)

Langkah 6

Jumlah Uang : Rp

250000

OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*A	0	#

Masukan jumlah uang yang akan ditransfer (ex:25000)

Langkah 7

Nomor rekening tujuan :

5723090567

OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*A	0	#

Masukan no rekening tujuan

Langkah 8

PIN m-BCA

OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*A	0	#

Masukan PIN m-BCA Anda

Sending Message...

OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*A	0	#

Pesan dikirim, tunggu beberapa saat

Langkah 9

m-Transfer		
dari Rek. 1710327871 ←		
ke Johannes Setiawan Rp. 250,000,-		
OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*a/A	0	#

Anda akan menerima konfirmasi rekening tujuan. Pilih OK jika data sudah benar

Langkah 10


PIN m-BCA		
***** ←		
OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*a/A	0	#

Masukan PIN m-BCA Anda sekali lagi

Sending Message...		
OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*a/A	0	#

Pesan dikirim, tunggu beberapa saat

Langkah 10

1 Message Received		
		
OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*a/A	0	#

BCA akan mengirimkan bukti transaksi berupa SMS

m-Transfer BERHASIL ←		
04/03 12:30. 3578352812		
Johannes Setiawan		
Rp. 250,000,-		
Ref 00059012447		
No Urut 125437		
OK		CLEAR
1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
*a/A	0	#

Anda akan menerima pesan yang berisi informasi transaksi pembayaran Anda Berhasil atau Gagal

Sebelum memberikan jawaban, mohon setiap pertanyaan dibaca dan dipahami dengan baik. Gunakan persepsi Anda dalam menjawab. Tidak ada jawaban yang salah dalam penelitian ini.

1. Bila mempertimbangkan faktor kenyamanan, maka menurut Anda bertransaksi menggunakan ponsel (*mobile banking*) ?

Tidak Nyaman 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Nyaman

2. Menurut Anda, peluang melakukan kesalahan menginput data (PIN,nomor rekening, Kode, dll) ketika bertransaksi menggunakan ponsel (*mobile banking*) ?

Tinggi 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Rendah

3. Apabila mempertimbangkan biaya yang harus dikeluarkan untuk setiap kali melakukan transaksi, maka menurut Anda bertransaksi menggunakan *mobile banking* ?

Mahal 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Murah

4. Dengan keberadaan mesin ATM yang tersebar luas dan dalam jumlah yang relatif banyak, maka menurut Anda apakah layanan *mobile banking* memberikan banyak manfaat kepada Anda sehingga merasa membutuhkannya ?

Tidak merasa memerlukan 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Memerlukan

5. Salah satu perbedaan bertransaksi menggunakan mesin ATM yaitu adanya bukti transaksi berupa struk kertas, sementara jika menggunakan *mobile banking*, bukti transaksi ditunjukkan dalam bentuk SMS.

Apakah perbedaan tersebut menjadi salah satu pertimbangan penting ketika Anda memilih untuk menggunakan mesin ATM atau *mobile banking* ?

Tidak (bukan hal penting) 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Ya (hal penting)

6. Menurut Anda, peluang terjadinya kegagalan transaksi dikarenakan sistem *error* ketika bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking* ?

Tinggi 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Rendah

7. Menurut Anda, apakah jaringan sistem *mobile banking* aman dari kejahatan pembobolan rekening ?

Tidak aman 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Aman

8. Misalkan ponsel Anda sudah dapat mengakses layanan *mobile banking*. Jika ponsel tersebut hilang atau dicuri orang lain, apakah kejadian ini membuat Anda merasa khawatir bahwasanya orang lain dapat mengakses akun rekening Anda ?

Khawatir 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Tidak khawatir

9. Suatu ketika Anda dihadapkan pada kondisi untuk segera melakukan transaksi non-tunai. Dimisalkan handphone Anda sudah dapat melakukan transaksi melalui *mobile banking*, namun tidak begitu jauh dari posisi Anda terdapat mesin ATM. Maka alat transaksi mana yang cenderung akan Anda pilih ?

ATM 1 2 3 4 5 6 7 8 9 *Mobile banking*

10. Layanan mana yang cenderung akan Anda pilih, jika hendak melakukan beberapa transaksi non-tunai sekaligus ?

ATM 1 2 3 4 5 6 7 8 9 *Mobile banking*

11. Menurut Anda, sejauh ini informasi yang diberikan pihak BCA mengenai layanan *mobile banking* ?

Minim 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Lengkap

12. Menurut Anda, sejauh ini informasi yang diberikan pihak BCA mengenai *mobile banking*..... ?

Sulit dipahami 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Mudah dipahami

13. Menurut Anda, apakah prosedur administrasi untuk bisa mendapatkan layanan *mobile banking* adalah hal yang merepotkan ?

Merepotkan 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Tidak merepotkan

14. Secara keseluruhan, menurut Anda bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking* merupakan.....?

Hal yang rumit 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Hal yang mudah

15. Dari nilai 1 sampai 10, berikan jumlah yang sesuai dengan kecenderungan minat Anda untuk menggunakan layanan *mobile banking*

Sangat tidak berminat 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Sangat Berminat

-END-

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA

Data Responden

Statistics

		Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Pengeluaran
N	Valid	150	150	150	150
	Missing	0	0	0	0
Mean		2.77	3.77	3.50	3.25
Minimum		1	2	2	1
Maximum		6	5	7	6

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	77	51.3	51.3	51.3
	Perempuan	73	48.7	48.7	100.0
Total		150	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-24 Tahun	20	13.3	13.3	13.3
	25-30 Tahun	58	38.7	38.7	52.0
	31-35 tahun	40	26.7	26.7	78.7
	36-40 Tahun	11	7.3	7.3	86.0
	41-50 Tahun	10	6.7	6.7	92.7
	Lebih dari 51 Tahun	11	7.3	7.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Jenis Kelamin * Usia Crosstabulation

			Usia					Total	
			17-24	25-30	31-35	36-40	41-50	> 51	
Jenis Kelamin	Laki-Laki	Count	12	32	23	1	1	8	77
		% within Jenis Kelamin	15.6%	41.6%	29.9%	1.3%	1.3%	10.4%	100.0%
		% within Usia	60.0%	55.2%	57.5%	9.1%	10.0%	72.7%	51.3%
Perempuan	Perempuan	Count	8	26	17	10	9	3	73
		% within Jenis Kelamin	11.0%	35.6%	23.3%	13.7%	12.3%	4.1%	100.0%
		% within Usia	40.0%	44.8%	42.5%	90.9%	90.0%	27.3%	48.7%
Total	Total	Count	20	58	40	11	10	11	150
		% within Jenis Kelamin	13.3%	38.7%	26.7%	7.3%	6.7%	7.3%	100.0%
		% within Usia	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	13.3%	38.7%	26.7%	7.3%	6.7%	7.3%	100.0%

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	8	5.3	5.3	5.3
Akademi (D3)	27	18.0	18.0	23.3
Universitas (S1)	106	70.7	70.7	94.0
Pasca Sarjana (S2)	9	6.0	6.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mahasiswa S1	10	6.7	6.7	6.7
Karyawan	96	64.0	64.0	70.7
Wiraswasta	25	16.7	16.7	87.3
Profesional	5	3.3	3.3	90.7
Ibu Rumah Tangga	6	4.0	4.0	94.7
Mahasiswa S2	8	5.3	5.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Pengeluaran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 1,000,000	21	14.0	14.0	14.0
Rp. 1,000,001 - Rp. 2,000,000	32	21.3	21.3	35.3
Rp. 2,000,001 - Rp. 3,000,000	38	25.3	25.3	60.7
Rp. 3,000,001 - Rp. 4,000,000	25	16.7	16.7	77.3
Rp. 4,000,001 - Rp. 5,000,000	15	10.0	10.0	87.3
> Rp. 5,000,001	19	12.7	12.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Sumber info awal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Teman	9	6.0	6.0	6.0
Keluarga	4	2.7	2.7	8.7
Bilboard	20	13.3	13.3	22
Iklan di media cetak	25	16.7	16.7	38.7
Brosur	16	10.7	10.7	49.4
Customer service BCA	12	8.0	8.0	57.4
Poster yang terpampang di kantor/ATM BCA	64	42.6	42.6	100.0
Total	150	100.0	100.0	



LAMPIRAN C

OUTPUT PENGUJIAN STATISTIK

Factor Analysis

Lampiran C1

Correlation Matrix^a

		Kenyamanan	Peluang melakukan kesalahan	Biaya
Correlation	Kenyamanan	1.000	.212	-.054
	Peluang melakukan kesalahan	.212	1.000	.026
	Biaya	-.054	.026	1.000
	Kebutuhan akan mobile banking	.466	.104	.004
	Perbedaan bukti transaksi	.385	-.148	-.080
	Kemungkinan transaksi gagal	.244	.213	.250
	Keamanan jaringan	.509	.389	.029
	Jika ponsel hilang	-.030	.280	.316
	Jika dekat ATM	.137	.330	.014
	Jika akan bertransaksi sekaligus	.115	.245	.011
	Kelengkapan informasi	.279	.088	.162
	Kemudahan info dipahami	.107	-.035	.038
	Prosedur administrasi	.155	-.097	-.005
	Image keseluruhan	.397	-.099	-.115
	Sig. (1-tailed)	Kenyamanan		.005
Peluang melakukan kesalahan		.005		.376
Biaya		.256	.376	
Kebutuhan akan mobile banking		.000	.103	.480
Perbedaan bukti transaksi		.000	.035	.165
Kemungkinan transaksi gagal		.001	.004	.001
Keamanan jaringan		.000	.000	.362
Jika ponsel hilang		.357	.000	.000
Jika dekat ATM		.048	.000	.434
Jika akan bertransaksi sekaligus		.080	.001	.448
Kelengkapan informasi		.000	.142	.024
Kemudahan info dipahami		.097	.336	.320
Prosedur administrasi		.029	.118	.477
Image keseluruhan		.000	.113	.081

Correlation Matrix^a

		Jika akan bertransaksi sekaligus	Kelengkapan informasi	Kemudahan info dipahami
Correlation	Kenyamanan	.115	.279	.107
	Peluang melakukan kesalahan	.245	.088	-.035
	Biaya	.011	.162	.038
	Kebutuhan akan mobile banking	.247	.270	.233
	Perbedaan bukti transaksi	.041	.226	.081
	Kemungkinan transaksi gagal	.147	.385	.271
	Keamanan jaringan	.341	.267	.174
	Jika ponsel hilang	.114	-.068	.095
	Jika dekat ATM	.806	.165	-.139
	Jika akan bertransaksi sekaligus	1.000	.232	.090
	Kelengkapan informasi	.232	1.000	.702
	Kemudahan info dipahami	.090	.702	1.000
	Prosedur administrasi	.284	.511	.577
	Image keseluruhan	.393	.234	.297
	Sig. (1-tailed)	Kenyamanan	.080	.000
Peluang melakukan kesalahan		.001	.142	.336
Biaya		.448	.024	.320
Kebutuhan akan mobile banking		.001	.000	.002
Perbedaan bukti transaksi		.311	.003	.164
Kemungkinan transaksi gagal		.037	.000	.000
Keamanan jaringan		.000	.000	.017
Jika ponsel hilang		.082	.204	.124
Jika dekat ATM		.000	.022	.044
Jika akan bertransaksi sekaligus			.002	.136
Kelengkapan informasi		.002		.000
Kemudahan info dipahami		.136	.000	
Prosedur administrasi		.000	.000	.000
Image keseluruhan		.000	.002	.000

Correlation Matrix^a

		Keamanan jaringan	Jika ponsel hilang	Jika dekat ATM
Correlation	Kenyamanan	.509	-.030	.137
	Peluang melakukan kesalahan	.389	.280	.330
	Biaya	.029	.316	.014
	Kebutuhan akan mobile banking	.483	-.019	.134
	Perbedaan bukti transaksi	.162	.020	.189
	Kemungkinan transaksi gagal	.462	-.012	.055
	Keamanan jaringan	1.000	.114	.309
	Jika ponsel hilang	.114	1.000	.158
	Jika dekat ATM	.309	.158	1.000
	Jika akan bertransaksi sekaligus	.341	.114	.806
	Kelengkapan informasi	.267	-.068	.165
	Kemudahan info dipahami	.174	.095	-.139
	Prosedur administrasi	.107	-.241	.154
	Image keseluruhan	.412	-.114	.314
	Sig. (1-tailed)	Kenyamanan	.000	.357
Peluang melakukan kesalahan		.000	.000	.000
Biaya		.362	.000	.434
Kebutuhan akan mobile banking		.000	.408	.051
Perbedaan bukti transaksi		.024	.405	.010
Kemungkinan transaksi gagal		.000	.441	.252
Keamanan jaringan			.082	.000
Jika ponsel hilang		.082		.027
Jika dekat ATM		.000	.027	
Jika akan bertransaksi sekaligus		.000	.082	.000
Kelengkapan informasi		.000	.204	.022
Kemudahan info dipahami		.017	.124	.044
Prosedur administrasi		.097	.002	.030
Image keseluruhan		.000	.083	.000

Correlation Matrix^a

		Kebutuhan akan mobile banking	Perbedaan bukti transaksi	Kemungkinan transaksi gagal
Correlation	Kenyamanan	.466	.385	.244
	Peluang melakukan kesalahan	.104	-.148	.213
	Biaya	.004	-.080	.250
	Kebutuhan akan mobile banking	1.000	.252	.048
	Perbedaan bukti transaksi	.252	1.000	.004
	Kemungkinan transaksi gagal	.048	.004	1.000
	Keamanan jaringan	.483	.162	.462
	Jika ponsel hilang	-.019	.020	-.012
	Jika dekat ATM	.134	.189	.055
	Jika akan bertransaksi sekaligus	.247	.041	.147
	Kelengkapan informasi	.270	.226	.385
	Kemudahan info dipahami	.233	.081	.271
	Prosedur administrasi	.224	.047	.200
	Image keseluruhan	.325	.231	.462
	Sig. (1-tailed)	Kenyamanan	.000	.000
Peluang melakukan kesalahan		.103	.035	.004
Biaya		.480	.165	.001
Kebutuhan akan mobile banking			.001	.278
Perbedaan bukti transaksi		.001		.479
Kemungkinan transaksi gagal		.278	.479	
Keamanan jaringan		.000	.024	.000
Jika ponsel hilang		.408	.405	.441
Jika dekat ATM		.051	.010	.252
Jika akan bertransaksi sekaligus		.001	.311	.037
Kelengkapan informasi		.000	.003	.000
Kemudahan info dipahami		.002	.164	.000
Prosedur administrasi		.003	.284	.007
Image keseluruhan		.000	.002	.000

Correlation Matrix^a

		Prosedur administrasi	Image keseluruhan	
Correlation	Kenyamanan	.155	.397	
	Peluang melakukan kesalahan	-.097	-.099	
	Biaya	-.005	-.115	
	Kebutuhan akan mobile banking	.224	.325	
	Perbedaan bukti transaksi	.047	.231	
	Kemungkinan transaksi gagal	.200	.462	
	Keamanan jaringan	.107	.412	
	Jika ponsel hilang	-.241	-.114	
	Jika dekat ATM	.154	.314	
	Jika akan bertransaksi sekaligus	.284	.393	
	Kelengkapan informasi	.511	.234	
	Kemudahan info dipahami	.577	.297	
	Prosedur administrasi	1.000	.376	
	Image keseluruhan	.376	1.000	
	Sig. (1-tailed)	Kenyamanan	.029	.000
		Peluang melakukan kesalahan	.118	.113
Biaya		.477	.081	
Kebutuhan akan mobile banking		.003	.000	
Perbedaan bukti transaksi		.284	.002	
Kemungkinan transaksi gagal		.007	.000	
Keamanan jaringan		.097	.000	
Jika ponsel hilang		.002	.083	
Jika dekat ATM		.030	.000	
Jika akan bertransaksi sekaligus		.000	.000	
Kelengkapan informasi		.000	.002	
Kemudahan info dipahami		.000	.000	
Prosedur administrasi			.000	
Image keseluruhan		.000		

a. Determinant = .001

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.508
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	940.416
	df	91
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Kenyamanan	1.000	.721
Peluang melakukan kesalahan	1.000	.595
Biaya	1.000	.534
Kebutuhan akan mobile banking	1.000	.529
Perbedaan bukti transaksi	1.000	.690
Kemungkinan transaksi gagal	1.000	.730
Keamanan jaringan	1.000	.758
Jika ponsel hilang	1.000	.711
Jika dekat ATM	1.000	.909
Jika akan bertransaksi sekaligus	1.000	.888
Kelengkapan informasi	1.000	.735
Kemudahan info dipahami	1.000	.789
Prosedur administrasi	1.000	.734
Image keseluruhan	1.000	.619

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.791	27.080	27.080
2	2.017	14.405	41.485
3	1.596	11.399	52.885
4	1.419	10.135	63.019
5	1.120	8.003	71.022
6	.979	6.990	78.012
7	.766	5.475	83.487
8	.723	5.162	88.649
9	.475	3.389	92.038
10	.342	2.440	94.478
11	.316	2.260	96.738
12	.212	1.514	98.252
13	.172	1.232	99.483
14	.072	.517	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.791	27.080	27.080
2	2.017	14.405	41.485
3	1.596	11.399	52.885
4	1.419	10.135	63.019
5	1.120	8.003	71.022
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.454	17.526	17.526
2	2.067	14.765	32.290
3	2.053	14.666	46.956
4	1.860	13.288	60.244
5	1.509	10.778	71.022
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component				
	1	2	3	4	5
Kenyamanan	.604	.049	-.322	.501	-.004
Peluang melakukan kesalahan	.274	.603	.281	.155	-.230
Blaya	.063	.104	.664	.151	.234
Kebutuhan akan mobile banking	.582	-.003	-.262	.286	.200
Perbedaan bukti transaksi	.339	-.075	-.437	.259	.558
Kemungkinan transaksi gagal	.544	-.066	.368	.196	-.505
Keamanan jaringan	.707	.298	-.025	.342	-.227
Jika ponsel hilang	.031	.478	.482	.183	.465
Jika dekat ATM	.496	.604	-.137	-.508	.147
Jika akan bertransaksi sekaligus	.591	.443	-.047	-.580	.060
Kelengkapan informasi	.668	-.393	.317	-.059	.177
Kemudahan info dipahami	.526	-.575	.384	-.053	.175
Prosedur administrasi	.551	-.502	.076	-.415	.005
Image keseluruhan	.688	-.120	-.264	-.105	-.225

a 5 components extracted.

Rotated Component Matrix(a)

	Component				
	1	2	3	4	5
Kenyamanan	.049	.000	.746	.392	-.099
Peluang melakukan kesalahan	-.221	.299	-.586	.003	.336
Biaya	.205	-.076	-.122	.132	.674
Kebutuhan akan mobile banking	.180	-.022	.120	.164	.675
Perbedaan bukti transaksi	.082	.056	.018	-.282	.775
Kemungkinan transaksi gagal	.366	-.040	-.017	.771	.002
Keamanan jaringan	.063	.228	.473	.690	.042
Jika ponsel hilang	-.111	.156	.078	.818	.013
Jika dekat ATM	-.024	.939	.131	.071	.065
Jika akan bertransaksi sekaligus	.179	.913	.055	.134	.001
Kelengkapan informasi	.797	.081	.223	.156	.139
Kemudahan info dipahami	.865	-.099	.114	.062	.122
Prosedur administrasi	.218	.789	.018	-.003	-.254
Image keseluruhan	-.398	.365	.337	.342	.310

Component Score Coefficient Matrix

	Component				
	1	2	3	4	5
Kenyamanan	-.099	-.125	.373	.154	-.049
Peluang melakukan kesalahan	-.152	.083	-.075	.347	.154
Biaya	.130	-.066	-.055	.029	.454
Kebutuhan akan mobile banking	-.005	-.026	.347	-.027	.026
Perbedaan bukti transaksi	-.010	-.009	.496	-.330	.103
Kemungkinan transaksi gagal	.091	-.132	-.163	.492	-.058
Keamanan jaringan	-.093	-.016	.150	.353	-.007
Jika ponsel hilang	-.021	.062	.102	-.096	.559
Jika dekat ATM	-.046	.496	-.018	-.104	.027
Jika akan bertransaksi sekaligus	.046	.478	-.095	-.060	-.019
Kelengkapan informasi	.337	-.016	.032	-.039	.137
Kemudahan info dipahami	.391	-.093	-.009	-.066	.134
Prosedur administrasi	.347	.109	-.108	-.092	-.137
Image keseluruhan	.073	.093	.052	.140	-.271

a 5 components extracted.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5
1	.560	.436	.521	.475	-.026
2	-.675	.577	.021	.265	.377
3	.375	-.136	-.509	.280	.710
4	-.270	-.668	.535	.358	.257
5	.135	.116	.428	-.706	.536

Univariate Analysis of Variance

Between-Subjects Factors

Lampiran C2

		Value Label	N
Information	1	Tidak mengetahui	127
	2	Mengetahui	23
Tradition	1	Kebiasaan tinggi	128
	2	Kebiasaan rendah	22
Usage	1	Sulit	120
	2	Mudah	30
Risk	1	Resiko rendah	136
	2	Resiko tinggi	14
Value	1	Kegunaan rendah	129
	2	Tinggi	21

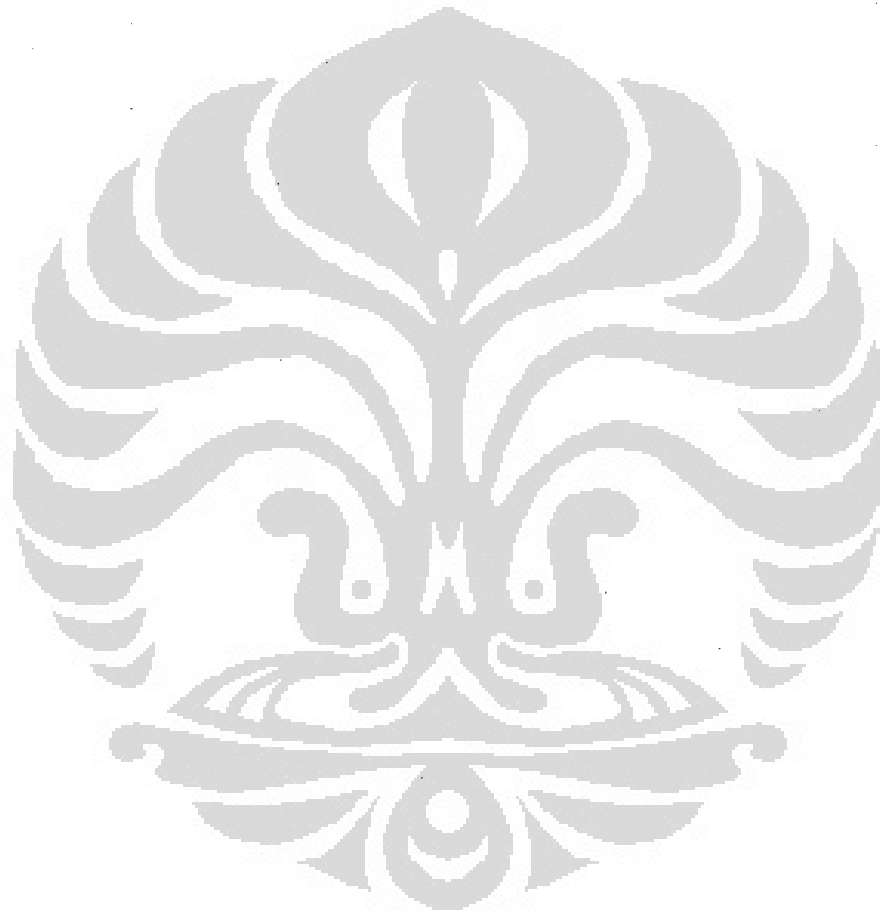
Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: Resisten

F	df1	df2	Sig.
3.296	12	137	.000

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

- a. Design: +Information+Tradition+Usage+Risk+Value+Information * Tradition+Information * Usage+Tradition * Usage+Information * Tradition * Usage+Information * Risk+Tradition * Risk+Information * Tradition * Risk+Usage * Risk+Information * Usage * Risk+Tradition * Usage * Risk+Information * Tradition * Usage * Risk+Information * Value+Tradition * Value+Information * Tradition * Value+Usage * Value+Information * Usage * Value+Tradition * Usage * Value+Information * Tradition * Usage * Value+Risk * Value+Information * Risk * Value+Tradition * Risk * Value+Information * Tradition * Risk * Value+Usage * Risk * Value+Information * Usage * Risk * Value+Tradition * Usage * Risk * Value+Information * Tradition * Usage * Risk * Value



Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Resisten

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	10.325 ^a	12	.860	6.717	.000
Intercept	61.028	1	61.028	476.440	.000
Information	.056	1	.056	.441	.508
Tradition	.115	1	.115	.902	.344
Usage	.003	1	.003	.026	.873
Risk	1.133	1	1.133	8.846	.003
Value	.029	1	.029	.228	.634
Information * Tradition	.323	1	.323	2.521	.115
Information * Usage	1.363	1	1.363	10.637	.001
Tradition * Usage	.614	1	.614	4.796	.030
Information * Tradition * Usage	.000	0	.	.	.
Information * Risk	.000	0	.	.	.
Tradition * Risk	.666	1	.666	5.201	.024
Information * Tradition * Risk	.000	0	.	.	.
Usage * Risk	.067	1	.067	.525	.470
Information * Usage * Risk	.000	0	.	.	.
Tradition * Usage * Risk	.000	0	.	.	.
Information * Tradition * Usage * Risk	.000	0	.	.	.
Information * Value	.000	0	.	.	.
Tradition * Value	.000	0	.	.	.
Information * Tradition * Value	.000	0	.	.	.
Usage * Value	1.787	1	1.787	13.951	.000
Information * Usage * Value	.000	0	.	.	.
Tradition * Usage * Value	.000	0	.	.	.
Information * Tradition * Usage * Value	.000	0	.	.	.
Risk * Value	.065	1	.065	.504	.479
Information * Risk * Value	.000	0	.	.	.
Tradition * Risk * Value	.000	0	.	.	.
Information * Tradition * Risk * Value	.000	0	.	.	.
Usage * Risk * Value	.000	0	.	.	.
Information * Usage * Risk * Value	.000	0	.	.	.
Tradition * Usage * Risk * Value	.000	0	.	.	.
Information * Tradition * Usage * Risk * Value	.000	0	.	.	.
Error	17.549	137	.128		
Total	261.000	150			
Corrected Total	27.873	149			

a. R Squared = .370 (Adjusted R Squared = .315)

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	B	Std. Error	t	Sig.
Intercept	1.602	.896	1.788	.076
[Information=1]	4.72E-015	.387	.000	1.000
[Information=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1]	-.807	.462	-1.748	.083
[Tradition=2]	0 ^a	.	.	.
[Usage=1]	1.657	.758	2.184	.031
[Usage=2]	0 ^a	.	.	.
[Risk=1]	-1.436	.821	-1.748	.033
[Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Value=1]	.514	.516	.997	.320
[Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *				
[Tradition=1]	.690	.435	1.588	.115
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *				
[Usage=1]	-.759	.233	-3.261	.001
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Usage=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Usage=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Usage=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1]	-.884	.403	-2.190	.030
[Tradition=1] * [Usage=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1]	.950	.416	2.281	.024
[Tradition=1] * [Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Risk=2]	0 ^a	.	.	.

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	B	Std. Error	t	Sig.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Usage=1] * [Risk=1]	.298	.412	.725	.470
[Usage=1] * [Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Usage=2] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Usage=2] * [Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Usage=1] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Usage=1] * [Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Usage=2] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Usage=2] * [Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Usage=1] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Usage=2] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] *	0 ^a	.	.	.
[Risk=1]	0 ^a	.	.	.

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	B	Std. Error	t	Sig.
[Information=2] * [Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Tradition=2] * [Usage=2] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Tradition=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Tradition=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Usage=1] * [Value=1]	-1.014	.272	-3.735	.000
[Usage=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Usage=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Usage=2] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Usage=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Usage=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Usage=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Usage=2] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Usage=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Usage=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	B	Std. Error	t	Sig.
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	0 ^a	.	.	.
[Value=1]				
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *				
[Value=2]				
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *				
[Value=1]				
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *				
[Value=2]				
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] *				
[Value=1]				
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] *				
[Value=1]				
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *				
[Value=1]				
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *				
[Value=1]				
[Information=2] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] *				
[Value=1]				
[Risk=1] * [Value=1]	.319	.449	.710	.479
[Risk=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Risk=2] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
* [Value=1]				
[Information=1] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
* [Value=2]				
[Information=1] * [Risk=2]	0 ^a	.	.	.
* [Value=1]				
[Information=1] * [Risk=2]	0 ^a	.	.	.
* [Value=2]				
[Information=2] * [Risk=1]	0 ^a	.	.	.
* [Value=1]				
[Tradition=1] * [Risk=1] *	0 ^a	.	.	.
[Value=1]				
[Tradition=1] * [Risk=1] *	0 ^a	.	.	.
[Value=2]				
[Tradition=1] * [Risk=2] *	0 ^a	.	.	.
[Value=1]				
[Tradition=1] * [Risk=2] *	0 ^a	.	.	.
[Value=2]				
[Tradition=2] * [Risk=1] *	0 ^a	.	.	.
[Value=1]				
[Tradition=2] * [Risk=2] *	0 ^a	.	.	.
[Value=1]				
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1] *				
[Value=1]				
[Information=1] *	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1] *				
[Value=2]				

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	B	Std. Error	t	Sig.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Risk=2] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=2] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=2] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Tradition=1] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Tradition=2] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Usage=1] * [Risk=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Usage=1] * [Risk=2] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Usage=2] * [Risk=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Usage=2] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Usage=2] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	B	Std. Error	t	Sig.
[Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=2]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=2] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=2] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=1] * [Tradition=2] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.
[Information=2] * [Tradition=2] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	0 ^a	.	.	.

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	95% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound
Intercept	-.169	3.374
[Information=1]	-.764	.764
[Information=2]	.	.
[Tradition=1]	-1.720	.106
[Tradition=2]	.	.
[Usage=1]	.157	3.157
[Usage=2]	.	.
[Risk=1]	-3.059	.188
[Risk=2]	.	.
[Value=1]	-.505	1.534
[Value=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1]	-.169	1.550
[Information=1] *	.	.
[Tradition=2]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Usage=1]	-1.219	-.299
[Information=1] *	.	.
[Usage=2]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Usage=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Usage=2]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1]	-1.681	-.086
[Tradition=1] * [Usage=2]	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1]	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2]	.	.
[Information=1] * [Risk=1]	.	.
[Information=1] * [Risk=2]	.	.
[Information=2] * [Risk=1]	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1]	.126	1.773
[Tradition=1] * [Risk=2]	.	.
[Tradition=2] * [Risk=1]	.	.
[Tradition=2] * [Risk=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Risk=2]	.	.

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	95% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound
[Information=1] *	.	.
[Tradition=2] * [Risk=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=2] * [Risk=2]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=2] * [Risk=1]	.	.
[Usage=1] * [Risk=1]	- .516	1.112
[Usage=1] * [Risk=2]	.	.
[Usage=2] * [Risk=1]	.	.
[Usage=2] * [Risk=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Usage=1] * [Risk=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Usage=1] * [Risk=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Usage=2] * [Risk=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Usage=2] * [Risk=2]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Usage=1] * [Risk=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Usage=2] * [Risk=1]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	.	.
[Risk=1]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	.	.
[Risk=2]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	.	.
[Risk=1]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	.	.
[Risk=2]	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] *	.	.
[Risk=1]	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] *	.	.
[Risk=2]	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] *	.	.
[Risk=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	.	.
[Risk=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	.	.
[Risk=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	.	.
[Risk=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	.	.
[Risk=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] *	.	.
[Risk=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] *	.	.
[Risk=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] *	.	.
[Risk=1]	.	.

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	95% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound
[Information=2] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	.	.
[Risk=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	.	.
[Risk=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] *	.	.
[Risk=1]	.	.
[Information=1] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Value=2]	.	.
[Information=2] * [Value=1]	.	.
[Tradition=1] * [Value=1]	.	.
[Tradition=1] * [Value=2]	.	.
[Tradition=2] * [Value=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Value=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Value=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=2] * [Value=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=1] * [Value=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=2] * [Value=1]	.	.
[Usage=1] * [Value=1]	-1.551	-.477
[Usage=1] * [Value=2]	.	.
[Usage=2] * [Value=1]	.	.
[Usage=2] * [Value=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Usage=1] * [Value=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Usage=1] * [Value=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Usage=2] * [Value=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Usage=2] * [Value=2]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Usage=1] * [Value=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Usage=2] * [Value=1]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	.	.
[Value=2]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	.	.
[Value=2]	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] *	.	.
[Value=1]	.	.

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	95% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	.	.
[Value=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	.	.
[Value=2]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Information=2] *	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Risk=1] * [Value=1]	- .569	1.207
[Risk=1] * [Value=2]	.	.
[Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Risk=2] * [Value=2]	.	.
[Information=1] * [Risk=1] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Information=1] * [Risk=1] *	.	.
[Value=2]	.	.
[Information=1] * [Risk=2] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Information=1] * [Risk=2] *	.	.
[Value=2]	.	.
[Information=2] * [Risk=1] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1] *	.	.
[Value=2]	.	.
[Tradition=1] * [Risk=2] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Tradition=1] * [Risk=2] *	.	.
[Value=2]	.	.
[Tradition=2] * [Risk=1] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Tradition=2] * [Risk=2] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1] *	.	.
[Value=1]	.	.
[Information=1] *	.	.
[Tradition=1] * [Risk=1] *	.	.
[Value=2]	.	.

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	95% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound
[Information=1] * [Tradition=1] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Risk=2] * [Value=2]	.	.
[Information=1] * [Tradition=2] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Tradition=2] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Information=2] * [Tradition=1] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=2] * [Tradition=2] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Usage=1] * [Risk=1] * [Value=2]	.	.
[Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Usage=1] * [Risk=2] * [Value=2]	.	.
[Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Usage=2] * [Risk=1] * [Value=2]	.	.
[Usage=2] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=2]	.	.
[Information=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=2]	.	.
[Information=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=2]	.	.
[Information=1] * [Usage=2] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Information=2] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=2] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.

Parameter Estimates

Dependent Variable: Resisten

Parameter	95% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound
[Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=2]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=2]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=2]	.	.
[Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Tradition=2] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Tradition=2] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=2]	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=2]	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=2]	.	.
[Information=1] * [Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Tradition=2] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Tradition=2] * [Usage=1] * [Risk=2] * [Value=1]	.	.
[Information=1] * [Tradition=2] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=2] * [Tradition=1] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=2] * [Tradition=1] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=2] * [Tradition=2] * [Usage=1] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.
[Information=2] * [Tradition=2] * [Usage=2] * [Risk=1] * [Value=1]	.	.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Estimated Marginal Means

1. Grand Mean

Dependent Variable: Resisten

Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
		Lower Bound	Upper Bound
1.331 ^a	.055	1.222	1.439

a. Based on modified population marginal mean.

2. Information

Dependent Variable: Resisten

Information	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Tidak mengetahui	1.396 ^a	.068	1.262	1.529
Mengetahui	1.114 ^a	.076	.963	1.265

a. Based on modified population marginal mean.

3. Tradition

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Kebiasaan tinggi	1.347 ^a	.062	1.223	1.470
Kebiasaan rendah	1.295 ^a	.110	1.078	1.513

a. Based on modified population marginal mean.

4. Usage

Dependent Variable: Resisten

Usage	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Sulit	1.332 ^a	.073	1.189	1.476
Mudah	1.329 ^a	.083	1.165	1.494

a. Based on modified population marginal mean.

5. Risk

Dependent Variable: Resisten

Risk	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Resiko rendah	1.200 ^a	.057	1.087	1.314
Resiko tinggi	1.625 ^a	.123	1.382	1.868

a. Based on modified population marginal mean.

6. Value

Dependent Variable: Resisten

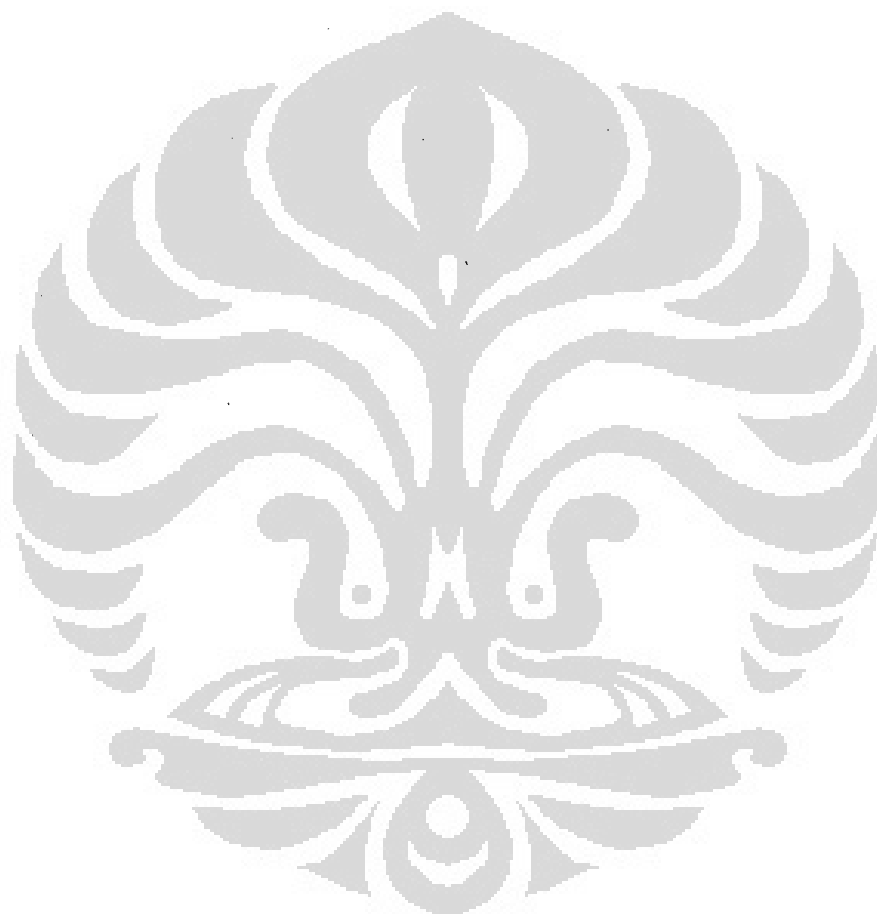
Value	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Kegunaan rendah	1.349 ^a	.063	1.225	1.473
Tinggi	1.271 ^a	.113	1.048	1.494

a. Based on modified population marginal mean.

7. Information * Tradition

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Mean	Std. Error
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	1.397 ^a	.076
	Kebiasaan rendah	1.394 ^a	.138
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	1.171 ^a	.088
	Kebiasaan rendah	1.000 ^a	.146



7. Information * Tradition

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	95% Confidence Interval	
		Lower Bound	Upper Bound
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	1.246	1.547
	Kebiasaan rendah	1.121	1.667
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	.997	1.346
	Kebiasaan rendah	.711	1.289

a. Based on modified population marginal mean.

8. Information * Usage

Dependent Variable: Resisten

Information	Usage	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Tidak mengetahui	Sulit	1.354 ^a	.083	1.191	1.518
	Mudah	1.458 ^a	.115	1.232	1.685
Mengetahui	Sulit	1.200 ^a	.113	.976	1.424
	Mudah	1.071 ^a	.100	.875	1.268

a. Based on modified population marginal mean.

9. Tradition * Usage

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Usage	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Kebiasaan tinggi	Sulit	1.229 ^a	.093	1.046	1.412
	Mudah	1.494 ^a	.079	1.337	1.651
Kebiasaan rendah	Sulit	1.591 ^a	.104	1.384	1.798
	Mudah	1.000 ^a	.193	.618	1.382

a. Based on modified population marginal mean.

10. Information * Tradition * Usage

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Usage	Mean	Std. Error
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	1.236	.112
		Mudah	1.611 ^a	.096
	Kebiasaan rendah	Sulit	1.591 ^a	.104
		Mudah	1.000 ^a	.358
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	1.200 ^a	.113
		Mudah	1.143 ^a	.135
	Kebiasaan rendah	Sulit	^b	.
		Mudah	1.000 ^a	.146

10. Information * Tradition * Usage

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Usage	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	1.014	1.458
		Mudah	1.422	1.800
	Kebiasaan rendah	Sulit	1.384	1.798
		Mudah	.292	1.708
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	.976	1.424
		Mudah	.875	1.410
	Kebiasaan rendah	Sulit		
		Mudah	.711	1.289

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

11. Information * Risk

Dependent Variable: Resisten

Information	Risk	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Tidak mengetahui	Resiko rendah	1.243 ^a	.077	1.091	1.395
	Resiko tinggi	1.625 ^a	.123	1.382	1.868
Mengetahui	Resiko rendah	1.114 ^a	.076	.963	1.265
	Resiko tinggi		^b		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

12. Tradition * Risk

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Risk	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	1.270 ^a	.054	1.163	1.377
	Resiko tinggi	1.500 ^a	.153	1.198	1.802
Kebiasaan rendah	Resiko rendah	1.061 ^a	.134	.796	1.325
	Resiko tinggi	2.000 ^a	.179	1.646	2.354

a. Based on modified population marginal mean.

13. Information * Tradition * Risk

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Risk	Mean	Std. Error
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	1.319	.068
		Resiko tinggi	1.500 ^a	.153
	Kebiasaan rendah	Resiko rendah	1.091 ^a	.187
		Resiko tinggi	2.000 ^a	.179
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	1.171 ^a	.088
		Resiko tinggi	^b	
	Kebiasaan rendah	Resiko rendah	1.000 ^a	.146
		Resiko tinggi	^b	

143

13. Information * Tradition * Risk

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Risk	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	1.185	1.454
		Resiko tinggi	1.198	1.802
	Kebiasaan rendah	Resiko rendah	.721	1.461
		Resiko tinggi	1.646	2.354
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	.997	1.346
		Resiko tinggi	.	.
	Kebiasaan rendah	Resiko rendah	.711	1.289
		Resiko tinggi	.	.

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

14. Usage * Risk

Dependent Variable: Resisten

Usage	Risk	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Sulit	Resiko rendah	1.206 ^a	.046	1.115	1.298
	Resiko tinggi	1.500 ^a	.158	1.188	1.812
Mudah	Resiko rendah	1.195 ^a	.096	1.005	1.386
	Resiko tinggi	2.000 ^a	.135	1.733	2.267

a. Based on modified population marginal mean.

15. Information * Usage * Risk

Dependent Variable: Resisten

Information	Usage	Risk	Mean	Std. Error
Tidak mengetahui	Sulit	Resiko rendah	1.209 ^a	.049
		Resiko tinggi	1.500 ^a	.158
	Mudah	Resiko rendah	1.278 ^a	.146
		Resiko tinggi	2.000 ^a	.135
Mengetahui	Sulit	Resiko rendah	1.200 ^a	.113
		Resiko tinggi	b	.
	Mudah	Resiko rendah	1.071 ^a	.100
		Resiko tinggi	b	.

15. Information * Usage * Risk

Dependent Variable: Resisten

Information	Usage	Risk	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Tidak mengetahui	Sulit	Resiko rendah	1.112	1.305
		Resiko tinggi	1.188	1.812
	Mudah	Resiko rendah	.989	1.567
		Resiko tinggi	1.733	2.267
Mengetahui	Sulit	Resiko rendah	.976	1.424
		Resiko tinggi		
	Mudah	Resiko rendah	.875	1.268
		Resiko tinggi		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

16. Tradition * Usage * Risk

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Usage	Risk	Mean	Std. Error
Kebiasaan tinggi	Sulit	Resiko rendah	1.215 ^a	.050
		Resiko tinggi	1.250 ^a	.219
	Mudah	Resiko rendah	1.325 ^a	.096
		Resiko tinggi	2.000 ^a	.135
Kebiasaan rendah	Sulit	Resiko rendah	1.182 ^a	.108
		Resiko tinggi	2.000 ^a	.179
	Mudah	Resiko rendah	1.000 ^a	.193
		Resiko tinggi	b	

16. Tradition * Usage * Risk

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Usage	Risk	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Kebiasaan tinggi	Sulit	Resiko rendah	1.116	1.314
		Resiko tinggi	.817	1.683
	Mudah	Resiko rendah	1.136	1.515
		Resiko tinggi	1.733	2.267
Kebiasaan rendah	Sulit	Resiko rendah	.968	1.395
		Resiko tinggi	1.646	2.354
	Mudah	Resiko rendah	.618	1.382
		Resiko tinggi		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

17. Information * Tradition * Usage * Risk

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Usage	Risk	Mean	Std. Error
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Resiko rendah	1.222	.049
			Resiko tinggi	1.250	.219
		Mudah	Resiko rendah	1.417	.127
			Resiko tinggi	2.000 ^a	.135
	Kebiasaan rendah	Sulit	Resiko rendah	1.182 ^a	.108
			Resiko tinggi	2.000 ^a	.179
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Resiko rendah	1.200 ^a	.113
			Resiko tinggi	^b	.
		Mudah	Resiko rendah	1.143 ^a	.135
			Resiko tinggi	^b	.
	Kebiasaan rendah	Sulit	Resiko rendah	^b	.
			Resiko tinggi	^b	.
Mudah	Resiko rendah	Resiko rendah	1.000 ^a	.146	
		Resiko tinggi	^b	.	

17. Information * Tradition * Usage * Risk

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Usage	Risk	95%
				Lower Bound
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Resiko rendah	1.125
			Resiko tinggi	.817
	Kebiasaan rendah	Sulit	Resiko rendah	1.166
			Resiko tinggi	1.733
	Kebiasaan rendah	Mudah	Resiko rendah	.968
			Resiko tinggi	1.646
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Resiko rendah	.976
			Resiko tinggi	.875
	Kebiasaan rendah	Sulit	Resiko rendah	.
			Resiko tinggi	.
	Kebiasaan rendah	Mudah	Resiko rendah	.711
			Resiko tinggi	.

17. Information * Tradition * Usage * Risk

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Usage	Risk	95%
				Upper Bound
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Resiko rendah	1.319
			Resiko tinggi	1.683
	Mudah	Resiko rendah	1.667	
		Resiko tinggi	2.267	
	Kebiasaan rendah	Sulit	Resiko rendah	1.395
			Resiko tinggi	2.354
Mudah	Resiko rendah	1.708		
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Resiko rendah	1.424
			Resiko tinggi	
	Mudah	Resiko rendah	1.410	
		Resiko tinggi		
	Kebiasaan rendah	Sulit	Resiko rendah	
			Resiko tinggi	
Mudah	Resiko rendah	1.289		
		Resiko tinggi		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

18. Information * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Value	Mean	Std. Error
Tidak mengetahui	Kegunaan rendah	1.450 ^a	.083
	Tinggi	1.271 ^a	.113
Mengetahui	Kegunaan rendah	1.114 ^a	.076
	Tinggi	^b	

18. Information * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Value	95% Confidence Interval	
		Lower Bound	Upper Bound
Tidak mengetahui	Kegunaan rendah	1.285	1.615
	Tinggi	1.048	1.494
Mengetahui	Kegunaan rendah	.963	1.265
	Tinggi		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

19. Tradition * Value

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Value	Mean	Std. Error
Kebiasaan tinggi	Kegunaan rendah	1.385 ^a	.075
	Tinggi	1.271 ^a	.113
Kebiasaan rendah	Kegunaan rendah	1.295 ^a	.110
	Tinggi	^b	

19. Tradition * Value

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Value	95% Confidence Interval	
		Lower Bound	Upper Bound
Kebiasaan tinggi	Kegunaan rendah	1.237	1.532
	Tinggi	1.048	1.494
Kebiasaan rendah	Kegunaan rendah	1.078	1.513
	Tinggi		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

20. Information * Tradition * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Value	Mean	Std. Error
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Kegunaan rendah	1.491	.103
		Tinggi	1.271 ^a	.113
	Kebiasaan rendah	Kegunaan rendah	1.394 ^a	.138
		Tinggi	^b	
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Kegunaan rendah	1.171 ^a	.088
		Tinggi	^b	
	Kebiasaan rendah	Kegunaan rendah	1.000 ^a	.146
		Tinggi	^b	

20. Information * Tradition * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Value	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Kegunaan rendah	1.288	1.695
		Tinggi	1.048	1.494
	Kebiasaan rendah	Kegunaan rendah	1.121	1.667
		Tinggi		
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Kegunaan rendah	.997	1.346
		Tinggi		
	Kebiasaan rendah	Kegunaan rendah	.711	1.289
		Tinggi		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

21. Usage * Value

Dependent Variable: Resisten

Usage	Value	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Sulit	Kegunaan rendah	1.303 ^a	.086	1.132	1.473
	Tinggi	1.406 ^a	.134	1.141	1.672
Mudah	Kegunaan rendah	1.395 ^a	.091	1.215	1.575
	Tinggi	1.000 ^a	.207	.591	1.409

a. Based on modified population marginal mean.

22. Information * Usage * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Usage	Value	Mean	Std. Error
Tidak mengetahui	Sulit	Kegunaan rendah	1.328	.104
		Tinggi	1.406 ^a	.134
	Mudah	Kegunaan rendah	1.611 ^a	.137
		Tinggi	1.000 ^a	.207
Mengetahui	Sulit	Kegunaan rendah	1.200 ^a	.113
		Tinggi	b	.
	Mudah	Kegunaan rendah	1.071 ^a	.100
		Tinggi	b	.

22. Information * Usage * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Usage	Value	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Tidak mengetahui	Sulit	Kegunaan rendah	1.122	1.534
		Tinggi	1.141	1.672
	Mudah	Kegunaan rendah	1.341	1.881
		Tinggi	.591	1.409
Mengetahui	Sulit	Kegunaan rendah	.976	1.424
		Tinggi		
	Mudah	Kegunaan rendah	.875	1.268
		Tinggi		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

23. Tradition * Usage * Value

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Usage	Value	Mean	Std. Error
Kebiasaan tinggi	Sulit	Kegunaan rendah	1.111 ^a	.126
		Tinggi	1.406 ^a	.134
	Mudah	Kegunaan rendah	1.659 ^a	.080
		Tinggi	1.000 ^a	.207
Kebiasaan rendah	Sulit	Kegunaan rendah	1.591 ^a	.104
		Tinggi	b	
	Mudah	Kegunaan rendah	1.000 ^a	.193
		Tinggi	b	

23. Tradition * Usage * Value

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Usage	Value	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Kebiasaan tinggi	Sulit	Kegunaan rendah	.862	1.359
		Tinggi	1.141	1.672
	Mudah	Kegunaan rendah	1.500	1.817
		Tinggi	.591	1.409
Kebiasaan rendah	Sulit	Kegunaan rendah	1.384	1.798
		Tinggi		
	Mudah	Kegunaan rendah	.618	1.382
		Tinggi		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

24. Information * Tradition * Usage * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Usage	Value	Mean
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Kegunaan rendah	1.066
			Tinggi	1.406
		Mudah	Kegunaan rendah	1.917
			Tinggi	1.000 ^a
Kebiasaan rendah	Sulit	Kegunaan rendah	1.591	
		Tinggi	^b	
	Mudah	Kegunaan rendah	1.000 ^a	
		Tinggi	^b	
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Kegunaan rendah	1.200 ^a
			Tinggi	^b
		Mudah	Kegunaan rendah	1.143 ^a
			Tinggi	^b
Kebiasaan rendah	Sulit	Kegunaan rendah	^b	
		Tinggi	^b	
	Mudah	Kegunaan rendah	1.000 ^a	
		Tinggi	^b	

24. Information * Tradition * Usage * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Usage	Value	Std. Error
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Kegunaan rendah	.180
			Tinggi	.134
	Kebiasaan rendah	Mudah	Kegunaan rendah	.100
			Tinggi	.207
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Kegunaan rendah	.113
			Tinggi	.135
	Kebiasaan rendah	Sulit	Kegunaan rendah	.146
			Tinggi	.146

24. Information * Tradition * Usage * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Usage	Value	95%
				Lower Bound
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Kegunaan rendah	.710
			Tinggi	1.141
	Kebiasaan rendah	Mudah	Kegunaan rendah	1.720
			Tinggi	.591
		Sulit	Kegunaan rendah	1.384
		Mudah	Kegunaan rendah	.292
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Kegunaan rendah	.976
			Tinggi	.875
	Kebiasaan rendah	Sulit	Kegunaan rendah	.
			Tinggi	.
		Mudah	Kegunaan rendah	.711
			Tinggi	.

24. Information * Tradition * Usage * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Usage	Value	95%
				Upper Bound
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Kegunaan rendah	1.422
			Tinggi	1.672
		Mudah	Kegunaan rendah	2.114
	Kebiasaan rendah	Sulit	Kegunaan rendah	1.409
			Tinggi	1.798
		Mudah	Kegunaan rendah	1.708
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Sulit	Kegunaan rendah	1.424
			Tinggi	
		Mudah	Kegunaan rendah	1.410
	Kebiasaan rendah	Sulit	Kegunaan rendah	
			Tinggi	
		Mudah	Kegunaan rendah	1.289

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

25. Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Risk	Value	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.213 ^a	.066	1.082	1.344
	Tinggi	1.156 ^a	.113	.934	1.379
Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.667 ^a	.141	1.388	1.945
	Tinggi	1.500 ^a	.253	1.000	2.000

a. Based on modified population marginal mean.

26. Information * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Risk	Value	Mean	Std. Error
Tidak mengetahui	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.287	.101
		Tinggi	1.156 ^a	.113
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.667 ^a	.141
		Tinggi	1.500 ^a	.253
Mengetahui	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.114 ^a	.076
		Tinggi	b	
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	b	
		Tinggi	b	

26. Information * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Risk	Value	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Tidak mengetahui	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.087	1.486
		Tinggi	.934	1.379
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.388	1.945
		Tinggi	1.000	2.000
Mengetahui	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.963	1.265
		Tinggi		
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah		
		Tinggi		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

27. Tradition * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Risk	Value	Mean	Std. Error
Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.327	.058
		Tinggi	1.156 ^a	.113
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.500 ^a	.191
		Tinggi	1.500 ^a	.253
Kebiasaan rendah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.061 ^a	.134
		Tinggi	b	
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	2.000 ^a	.179
		Tinggi	b	

27. Tradition * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Risk	Value	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.212	1.442
		Tinggi	.934	1.379
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.122	1.878
		Tinggi	1.000	2.000
Kebiasaan rendah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.796	1.325
		Tinggi		
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.646	2.354
		Tinggi		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

28. Information * Tradition * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Risk	Value	Mean
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.482
			Tinggi	1.156
		Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.500
			Tinggi	1.500 ^a
Kebiasaan rendah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.091	
		Tinggi	^b	
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	2.000 ^a	
		Tinggi	^b	
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.171
			Tinggi	^b
		Resiko tinggi	Kegunaan rendah	^b
			Tinggi	^b
Kebiasaan rendah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.000 ^a	
		Tinggi	^b	
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	^b	
		Tinggi	^b	

28. Information * Tradition * Risk * Value

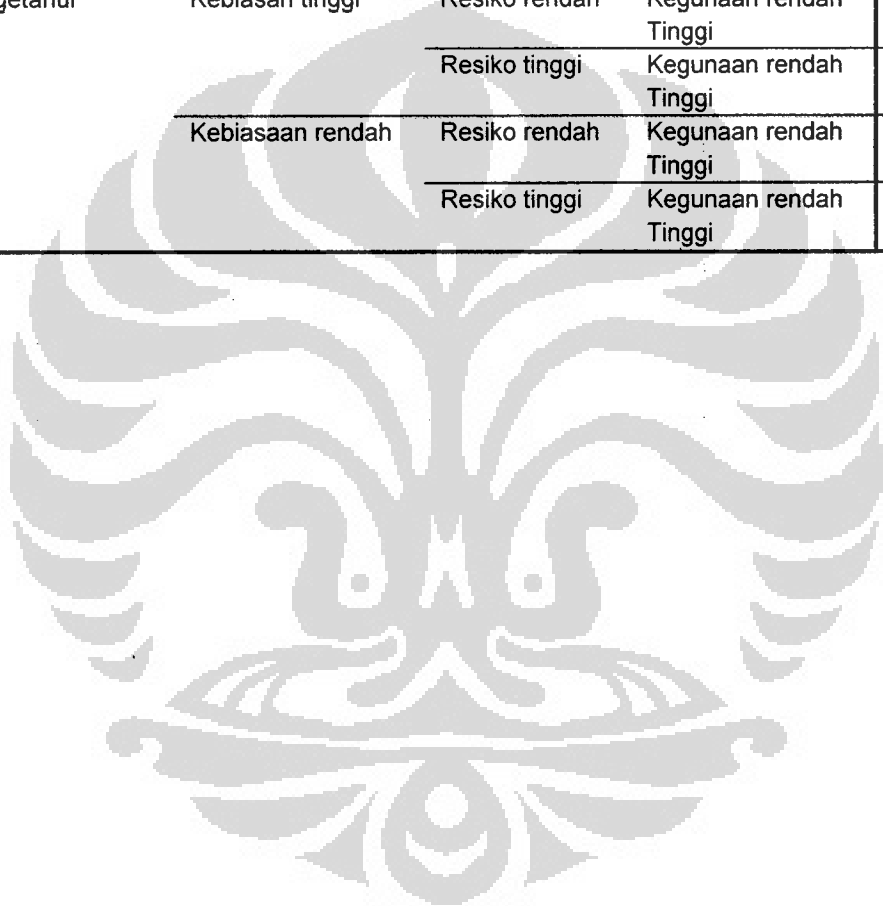
Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Risk	Value	Std. Error
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.076
			Tinggi	.113
	Kebiasaan rendah	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.191
			Tinggi	.253
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.187
			Tinggi	.179
	Kebiasaan rendah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.088
			Tinggi	.
	Kebiasaan tinggi	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.
			Tinggi	.
	Kebiasaan rendah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.146
			Tinggi	.
		Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.
			Tinggi	.

28. Information * Tradition * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Risk	Value	95%
				Lower Bound
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.332
			Tinggi	.934
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.122	
		Tinggi	1.000	
Kebiasaan rendah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.721	
		Tinggi	.	
Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.646		
		Tinggi	.	
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.997
			Tinggi	.
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.	
		Tinggi	.	
Kebiasaan rendah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.711	
		Tinggi	.	
Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.		
		Tinggi	.	



28. Information * Tradition * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Tradition	Risk	Value	95%
				Upper Bound
Tidak mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.633
			Tinggi	1.379
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.878	
		Tinggi	2.000	
	Kebiasaan rendah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.461
			Tinggi	.
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	2.354	
		Tinggi	.	
Mengetahui	Kebiasaan tinggi	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.346
			Tinggi	.
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.	
		Tinggi	.	
	Kebiasaan rendah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.289
			Tinggi	.
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.	
		Tinggi	.	

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

29. Usage * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Usage	Risk	Value	Mean	Std. Error
Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.171 ^a	.054
		Tinggi	1.313 ^a	.089
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.500 ^a	.200
		Tinggi	1.500 ^a	.253
Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.244	.109
		Tinggi	1.000 ^a	.207
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	2.000 ^a	.135
		Tinggi	b	.

29. Usage * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Usage	Risk	Value	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.065	1.278
		Tinggi	1.136	1.489
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.104	1.896
		Tinggi	1.000	2.000
Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.029	1.459
		Tinggi	.591	1.409
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.733	2.267
		Tinggi		

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

30. Information * Usage * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Usage	Risk	Value	Mean	Std. Error
Tidak mengetahui	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.157	.058
			Tinggi	1.313 ^a	.089
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	Tinggi	1.500	.200
			Tinggi	1.500 ^a	.253
	Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.417	.193
			Tinggi	1.000 ^a	.207
Resiko tinggi	Kegunaan rendah	2.000 ^a	.135		
Mengetahui	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.200 ^a	.113
			Tinggi	^b	
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	Tinggi	^b	
			Tinggi	^b	
	Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.071	.100
			Tinggi	^b	
Resiko tinggi	Kegunaan rendah	^b			
Tinggi	^b				

30. Information * Usage * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Usage	Risk	Value	95%
				Lower Bound
Tidak mengetahui	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.043
			Tinggi	1.136
		Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.104
			Tinggi	1.000
	Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.034
			Tinggi	.591
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.733	
		Tinggi		
Mengetahui	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.976
			Tinggi	.
		Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.
			Tinggi	.
	Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.875
			Tinggi	.
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.	
		Tinggi	.	

30. Information * Usage * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Information	Usage	Risk	Value	95%
				Upper Bound
Tidak mengetahui	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.271
			Tinggi	1.489
		Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.896
			Tinggi	2.000
	Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.799
			Tinggi	1.409
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	2.267	
		Tinggi	.	
Mengetahui	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.424
			Tinggi	.
		Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.
			Tinggi	.
	Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.268
			Tinggi	.
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.	
		Tinggi	.	

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.

31. Tradition * Usage * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Usage	Risk	Value	Mean	Std. Error
Kebiasaan tinggi	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.166	.060
			Tinggi	1.313 ^a	.089
		Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.000 ^a	.358
			Tinggi	1.500 ^a	.253
	Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.488	.100
			Tinggi	1.000 ^a	.207
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	2.000 ^a	.135	
		Tinggi	^b	.	
Kebiasaan rendah	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.182 ^a	.108
			Tinggi	^b	.
		Resiko tinggi	Kegunaan rendah	2.000 ^a	.179
			Tinggi	^b	.
	Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.000	.193
			Tinggi	^b	.
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	^b	.	
		Tinggi	^b	.	

31. Tradition * Usage * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Usage	Risk	Value	95%
				Lower Bound
Kebiasaan tinggi	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.047
			Tinggi	1.136
		Resiko tinggi	Kegunaan rendah	.292
			Tinggi	1.000
Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.291	
		Tinggi	.591	
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.733	
		Tinggi		
Kebiasaan rendah	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.968
			Tinggi	
		Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.646
			Tinggi	
Mudah	Resiko rendah	Kegunaan rendah	.618	
		Tinggi		
	Resiko tinggi	Kegunaan rendah		
		Tinggi		

31. Tradition * Usage * Risk * Value

Dependent Variable: Resisten

Tradition	Usage	Risk	Value	95%
				Upper Bound
Kebiasaan tinggi	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.285
			Tinggi	1.489
	Mudah	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	1.708
			Tinggi	2.000
		Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.685
			Tinggi	1.409
Kebiasaan rendah	Sulit	Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.395
			Tinggi	2.354
	Mudah	Resiko tinggi	Kegunaan rendah	2.354
			Tinggi	1.382
		Resiko rendah	Kegunaan rendah	1.382
			Tinggi	

a. Based on modified population marginal mean.

b. This level combination of factors is not observed, thus the corresponding population marginal mean is not estimable.