DAFTAR PUSTAKA

Agustina, E., & Risanto, Y. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Pengguna Internet Banking (Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Kediri). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).

Ajzen, Icck.1991. *The Theory of Planned Behavior*. Organiztion Behavior and Human Dicision Processes *Journal*. Vol. 50. No.2: 179-211

Ariani, Meiliyah dan Zulhawati, 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Line Pay*". Jurnal, Conference on Management and Behavioral Studies*, Universias Tarumanegara, Jakarta. ISSN No. 2541-3406, e-ISSN No. 2541-285x

Ari, D. P. S. (2013). Pengaruh Technology Acceptance Model dan Pengembangannya dalam Perilaku Menggunakan Core Banking System. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, *17*(2).

Arner, Douglas, Et.al. 2015. *The Evolution of Fintech: A new Post-crisis Paradigm?".*Research Paper No.2015/047, University of Hong Kong Faculty of Law

Asosiasi penyelenggara jasa *Internet* Indonesia, "survey: penetrasi dan perilaku pengguna Internet", 2018

Aulina, R. (2018). *Pengaruh Technologi Acceptance Model (TAM) pada Intention to Use internet Banking Perbankan Syariah dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening: Studi pada Mahasiswa pelaku usaha di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Awaluddin, M. (2017). Pengaruh Kepribadian Entrepreneuship Islam Dan Akses Informasi Terhadap Strategi Bisnis Dan Kinerja Bisnis Usaha Kecil Di Kota Makassar. Jurnal Iqtisaduna, 3(1), 79-97.

Awaluddin, M. (2014). Kajian Faktor Penentu Kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar. Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi, 2(2), 120-136.

Y. A., & Gunawan, J. (2020). Identifikasi Karakteristik Merchant am Mengadopsi Layanan Mobile Payment Studi Kasus: Merchant

OVO dan Merchant Gopay di Surabaya. Jurnal Sains dan Seni ITS, 8(2), D405-D410.

Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi*, 2408-2434.

Chawla, Deepak and Himanshu Joshi, 2019. Consumer Attitude and Intention to Adopt Mobile Wallet in India – An Empirical Study. *International Jounal of Bank Marketing.* ISSN: 0265-2323

Chin P.Lai, and Zainal A.A, Perceived Risk As An Extension To TAM Model : Consumers' Intention To Use A Single Platform E-Payment, Australian *Journal of Basic and Applied Sciences*, 9 (2) February 2015, pages :323-331

Danuarta, Gede Leo Nadi & Gede Sri Darma. 2019. Determinants of Using Go-Pay and its Impact on Net Benefits*. International Journal of Innovative Science and Research Technology*. Vol. 4. ISSN No:-2456-2165

Davis, Fred D. 1986. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptence of Information Technology*. MIS Quarterly.* Vol. 13 No. 5 pp:319-339

Deb, M. and David, E.L. (2014), "An empirical examination of customers' adoption of m-banking in India", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 32 No. 4, pp. 475-494.

Departemen Agama RI, Al-Quran dan terjemahannya, (Bandung: Ju,amatul AliArt, 2002)

Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. International journal of human-computer studies, 59(4), 451-474.

Financial Stability Board*, "Financial Stability Implications from Fintech:Supervisory and Regulatory Issues that Merit Authorities Attention"* 27 Juni 2017

Fi lku.com, 2018, "*Definisi Fintech*", ps://www.finansialku.com/definisi-*Fintech*-adalah/.

, M., & Ajzen.I. *Belief, Attitude, Intention, Behavior: An oduction To Theory On Research*. AddisonWesley. 1975

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.

Gurung, Anil. 2006. Empirical Investigation of the Relationship of Privacy Security, and Trust with Behavioral Intention to transact in E-Commerce. The University Of Texas at Arlingon.

HINTON, P. R., BROWNLOW, C., MCMURRAY, I. & COZENS, B. 2004. SPSS explained, East Sussex, England, Routledge Inc.

Indriantono, N., dan Supomo, B. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama.Cetakan Kedua. Penerbit BPFE : Yogyakarta.2002.

Jogiyanto, 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi

Kementerian Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahnya. Jakarta: Raja Publishing, 2011

Keong, W. E. Y. (2016). Factors Influencing Passengers" Attitude and Adoption Intention of Mobile Taxi Booking Application. *The Social Sciences*, *11*(11), 2769-2776.

Kim, D.J., Ferrin, D.L., & Rao, H.R., *A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. Decision Support Systems*, 2008

Kumpajaya, Aswinnur dan Wawan Dhewanto, 2015. The Acceptance of Bitcoin in Indonesia: Extending TAM With IDT. *Journal Of Business and Management,* Vol. 4, No. 1, 2015:28-38

Langelo, A.S.E, 2013. Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk Impact to Lecturers' Internet Banking Adoption. *Jurnal EMBA,* Vol. 1 No. 4, pages:1571–1580, ISSN 2303-1174

Lin, H.-F. (2011), "An empirical investigation of mobile banking adoption: the effect of innovation attributes and knowledge-based trust", *International Journal of Information Management*, Vol. 31 No. 3, pp. 252-260.

Hsu, C., dan Hsu, H. 2005. "An empirical study of the effect of ceived risk upon intention to use online applications." Information nagement & Computer Security 13(2): 106–120. s://doi.org/10.1108/ 09685220510589299.

Marketeers.com, 2020. https://www.marketeers.com/tingkatkan-keamanan-transaksi-gopay-terapkan-fitur-biometrik.

Marketeers.com, 2020. https://www.marketeers.com/9-perilaku-digital-payment-di-indonesia/.

Marketeers.com, 2020. https://www.marketeers.com/selama-pandemi-ada-265-ribu-merchant-ukm-gabung-ke-gofood/.

Marketeers.com, 2020. https://www.marketeers.com/transaksi-dompet-digital-terus-mengalami-peningkatan/. Diakses 19 November 2020

Marketeers.com, 2020. https://www.marketeers.com/survei-ipsos-in-indonesia-shopeepay-paling-banyak-digunakan-sepanjang-oktober-2020/.

Marketeers.com, 2020. https://www.marketeers.com/transaksi-youtap-lewat-shopeepay-meningkat-lima-kali-lipat/.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis isi dan Analisa data Sekunder, Edisi 2*. Cet 4. Jakarta : Rajawali Pers.2014.

M.detik.com, 2019. https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4837602/merchan-ovo-belum-menerima-uang-hasil-transaksi.

Minto Waluyo, Panduan dan Aplikasi Struktural Equation Modelling untuk Aplikasi Model dalam Penelitian Teknik Industri, Psikologi, Sosial dan Manajemen, Jakarta: PT Indeks, 2011, Hlm. 1

Novitasari, S., & Baridwan, Z. (2014). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-Commerce. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 3(1).

Pambudi, Amadea Rahma, 2019. Analisa Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behaviour Intention pada Aplikasi Digital Payment Ovo. *Jurnal Strategi Pemasaran,* Vol. 6 No. 2.

Parmitasari, R. D. A., Abdullah, W., Alwi, Z., & Haris, H. (2019). Financial Performance of Small and Medium Business in Makassar: The Role [illegible] Intelectual Capital and Competitive Advantage. Jurnal Iqtisaduna, [illegible]), 193-207.

Parmitasari, R. D. A (2018). Determinan Kepuasan Keuangan Investor Pasar Modal di Sulawesi Selatan Melalui Perilaku Investor Sebagai Variabel Mediasi. Disertasi, Universitas Hasanuddin.

Pratama, Andika Bayu dan I Dewa Gede Dharma Suputra, 2019. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.27 No. 2, ISSN: 2302-8556

Priambodo, Singgih dan Bulan Prabawani, 2016. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)

Rahim, Hamida. Analisis Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan terhadap Minat Transaksi Penggunaan Paytren pada PT. Veritra Sentosa. *Internasional. Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi* , Vol. 6 No. 2, ISSN : 2301-5268 E-ISSN : 2527-9483. 2017

Rahmiati, R., Engriani, Y., & Putri, R. R. E. (2019, September). The Influence of Trust, Perceived Usefulness, And Perceived Ease of Using Intensity of E-Money with Attitude Toward Using Intervening Variable in Padang City. In *Third Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2019)*. Atlantis Press.

Rouibah, K., Lowry, P. B., & Hwang, Y. (2016). The effects of perceived enjoyment and perceived risk on trust formation and intentions to use online payment system: New perspectives from an Arab country. *Electronic Commerce Research and Applications. Vol.* 19, *Pages* 33-43

Saputro, E. P., & Handayani, S. (2016). Pengaruh Nilai Hedonis terhadap Niat Belanja Online. *EKA CIDA*, *1*(1).

Sari, Nurul Amalia, 2019. Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar

Schierz, Paul Gerhardt, Oliver Schilke dan Bernd W. Wirtz, 2010. Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications 9.* 209-216

…gam, Arunagiri, Savarimuthu, Michael Thaz and Wen, Teoh Chai. …14. Factors Affecting Malaysian Behavioral Intention to Use Mobile

Banking With Mediating Effects of Attitude. *Academic Research International*, 5 (2), pp. 236-253

Sigar, Junita fadhillah (2016). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment to Intention to Use Electronic Money in Manado. *Jurnal EMBA* Vol.4 No.2 Juni 2016, Hal. 498-507

Sulselprov.go.id, 2018. https://sulselprov.go.id/welcome/post/15-umkm-sulsel-mendapatkan-sertifikasi-halal. Diakses pada 31 oktober 2019

Susanto, T. D., & Aljoza, M. (2015). Individual Acceptance of e-Government Services in a Developing Country: Dimensions of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use and the Importance of Trust and Social Influence. *Procedia Computer Science*, 72, 622–629

Sylvana, A., & Awaluddin, M. MODEL PENCIPTAAN DAYA SAING BISNIS MELALUI TRANSFORMASI KEWIRAUSAHAAN BERBASIS TEKHNOLOGI INFORMASI (TECHNOPRENEUR). Entrepreneurship at Global Crossroad: Challenges and Solutions, 71.

V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu, “Consumer Acceptance and Use of Information Technology : Extending the Unified Theory,” *MIS Q.*, vol. 36, no. 1, pp. 157–178, 2012.

Wardi, Y., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2017). Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan Teknologi. Journal of Technology Management, 16(1), 46-61.

L

A

M

P

I

R

A

N

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *INTENTION TO USE FINANCIAL TECHNOLOGY* DENGAN *ATTITUDE TOWARD USING* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA UMKM DI KECAMATAN PANAKUKKANG KOTA MAKASSAR)

Kepada Yth
Saudara(i)/Responden
Di tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Berkaitan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan studi program S2 Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin mengenai "**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *INTENTION TO USE FINANCIAL TECHNOLOGY* DENGAN *ATTITUDE TOWARD USING* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA UMKM DI KECAMATAN PANAKUKKANG KOTA MAKASSAR)**" maka saya memohon kesediaan dari saudara (i) untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan memberikan hasil yang bermanfaat, oleh karena itu dimohon kesediaannya untuk mengisi atau menjawab kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Jawaban yang anda berikan akan saya jamin kerahasiaannya dan hanya akan saya gunakan untuk kepentingan ilmiah.

Atas kerjasamanya dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan sih.

mualaikum, Wr.Wb.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

Usia : ☐ 18-20 Tahun ☐ 21-30 Tahun

☐ 31-40 Tahun ☐ 41-50 Tahun

☐ >50

Tingkat Pendidikan : ☐ SMA/SMK ☐ Diploma/D3

☐ S1 ☐ S2

B. IDENTITAS USAHA

Jumlah Tenaga Kerja : ☐ <3 orang ☐ 4-5 orang

☐ 6-7 orang ☐ >7 orang

Usaha Bediri Sejak Tahun : ☐ 2014 ☐ 2015

☐ 2016 ☐ 2017

☐ 2018

C. KETERANGAN

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak setuju

KS = Kurang Setuju

= Setuju

= Sangat Setuju

D. DAFTAR PERNYATAAN

1. *Perceived Ease of Use*

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS (1)	**TS (2)**	**KS (3)**	**S (4)**	**SS (5)**
1.	Saya rasa belajar menggunakan *mobile payment* itu mudah					
2.	Instruksi yang disediakan oleh *mobile payment* jelas dan mudah dimengerti					
3.	Saya merasa kesulitan untuk menggunakan *mobile payment*					
4.	Saya merasa mudah untuk mengingat bagaimana cara menggunakan *mobile payment*					
5.	Dengan adanya *mobile payment* memudahkan saya untuk bertransaksi					
6.	Saya percaya menggunakan sistem *mobile payment* tidak akan membuat saya lebih bingung					
7.	Bertransaksi menggunakan *mobile payment* lebih fleksibel dibandingkan secara tunai					
8.	Sangat mudah untuk menjadi terampil dalam bertransaksi menggunakan *mobile payment*					

2. *Perceived Usifulness*

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS (1)	**TS (2)**	**KS (3)**	**S (4)**	**SS (5)**
1.	Menurut saya, dengan menggunakan ewallet dapat meningkatkan produktivitas saya.					
2.	E-wallet bermanfaat bagi saya					
3.	Memudahkan kegiatan transaksi saya.					
[illegible]	Mempercepat kegiatan transaksi.					

3. Intention to use

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya berniat untuk bertransaksi menggunakan *mobile payment* dimasa depan					
2.	Selalu mencoba untuk menggunakan *mobile payment* dalam membantu meningkatkan usaha saya					
. 3.	Saya berencana untuk terus menggunakan *mobile payment* sesering mungkin					
4.	Saya akan menyarankan orang lain untuk bertransaksi menggunakan *mobile payment*					
5.	Saya menggunakan mobile payment karena percaya dimasa mendatang akan beralih dari transaksi tunai ke non tunai					
6.	Saya menggunakan mobile payment untuk memudahkan mengontrol pembayaran					

4. Attitude Toward Using

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya rasa menggunakan *mobile payment* adalah ide yang bagus					
2.	Saya rasa menggunakan *mobile payment* untuk transaksi keuangan adalah ide yang bijaksana					
3.	Saya rasa menggunakan *mobile payment* itu menyenangkan					
4.	Saya suka menggunakan layanan *mobile payment* dalam bertransaksi					

LAMPIRAN

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	48	48,0	48,0	48,0
	Perempuan	52	52,0	52,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>50	1	1,0	1,0	1,0
	18-20	5	5,0	5,0	6,0
	21-30	62	62,0	62,0	68,0
	31-40	29	29,0	29,0	97,0
	41-50	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	6	6,0	6,0	6,0
	S1	47	47,0	47,0	53,0
	S2	9	9,0	9,0	62,0
	SMA/SMK	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Tenaga Kerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<4	76	76,0	76,0	76,0
	>7	3	3,0	3,0	79,0
	4-5	14	14,0	14,0	93,0
	6-7	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

saha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
014	3	3,0	3,0	3,0
015	10	10,0	10,0	13,0

2016	17	17,0	17,0	30,0
2017	29	29,0	29,0	59,0
2018	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

LAMPIRAN

KARAKTERISTIK VARIABEL

Perceived Ease of Use

Pernyataan	Frekuensi					Mean	Ket
	STS	TS	KS	S	SS		
X1.1			7	61	32	4,25	SS
X1.2		1	18	51	30	4,10	S
X1.3		2	14	55	29	4,11	S
X1.4		1	17	52	30	4,11	S
X1.5		12	18	50	20	3,78	S
X1.6		3	25	55	17	3,86	S
X1.7		5	21	55	19	3,88	S
X1.8		7	19	49	25	3,92	S
Mean						4,00	S

Perceived Usifulness

Pernyataan	Frekuensi					Mean	Ket
	STS	TS	KS	S	SS		
X2.1		1	12	58	29	4,15	S
X2.2		1	9	54	36	4,25	SS
X2.3		2	20	47	31	4,07	S
X2.4		1	8	47	44	4,34	SS
Mean						4,20	S

Intention to use

Pernyataan	Frekuensi					Mean	Ket
	STS	TS	KS	S	SS		
Y1		1	11	46	42	4,29	SS
Y2			8	57	35	4,27	SS
Y3			14	50	36	4,22	SS
Y4		2	9	52	37	4,24	SS
[illegible]		2	14	56	28	4,10	S
[illegible]		1	12	61	26	4,12	S
Mean						4,21	SS

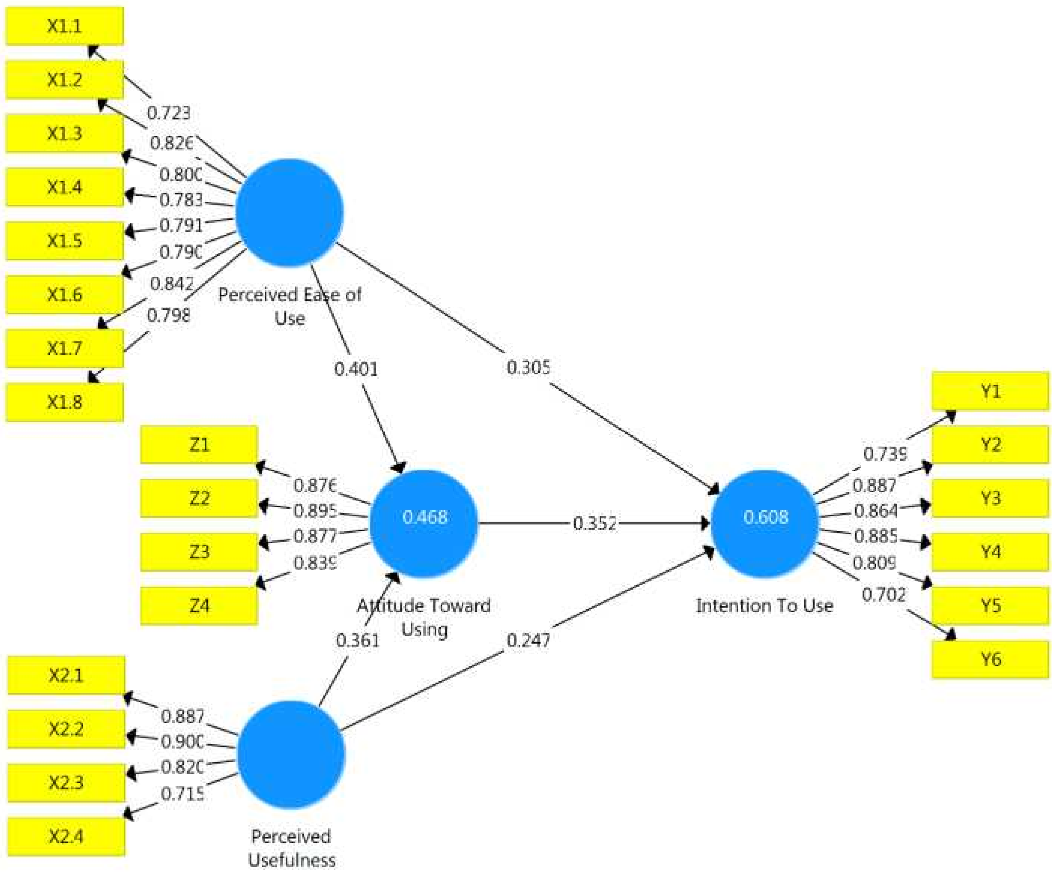
Toward Using

Pernyataan	Frekuensi					Mean	Ket
	STS	TS	KS	S	SS		
Z1		3	16	48	33	4,11	S
Z2			15	53	32	4,17	S
Z3		4	15	43	38	4,15	S
Z4		2	23	42	33	4,06	S
Mean						4,12	S

LAMPIRAN

HASIL OLAH DATA SMART PLS

1. Analisa *Outerr* Model



2. Uji Validitas

vergent Validity

r Loadings :

	Perceived	Perceived	Intention	Attitude

	Ease of Use	Usefulness	To Use	Toward Using
X1.1	0,723			
X1.2	0,826			
X1.3	0,800			
X1.4	0,783			
X1.5	0,791			
X1.6	0,790			
X1.7	0,842			
X1.8	0,798			
X2.1		0,887		
X2.2		0,900		
X2.3		0,820		
X2.4		0,715		
Y1			0,739	
Y2			0,887	
Y3			0,864	
Y4			0,885	
Y5			0,809	
Y6			0,702	
Z1				0,876
Z2				0,895
Z3				0,877
Z4				0,839

Nilai Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Perceived Ease of Use	0,632
Perceived Usefulness	0,695
Intention To Use	0,669
Attitude Toward Using	0,760

iminant Validity

s Loadings :

Perceived	Perceived	Intention	Attitude

	Ease of Use	Usefulness	To Use	Toward Using
X1.1	0,723	0,492	0,629	0,544
X1.2	0,826	0,535	0,672	0,567
X1.3	0,800	0,462	0,435	0,477
X1.4	0,783	0,367	0,432	0,463
X1.5	0,791	0,436	0,500	0,420
X1.6	0,790	0,562	0,525	0,408
X1.7	0,842	0,477	0,509	0,537
X1.8	0,798	0,524	0,509	0,487
X2.1	0,538	0,887	0,596	0,518
X2.2	0,595	0,900	0,540	0,496
X2.3	0,451	0,820	0,472	0,463
X2.4	0,440	0,715	0,531	0,533
Y1	0,485	0,489	0,739	0,466
Y2	0,645	0,583	0,887	0,614
Y3	0,527	0,518	0,864	0,573
Y4	0,556	0,554	0,885	0,601
Y5	0,528	0,474	0,809	0,609
Y6	0,552	0,544	0,702	0,510
Z1	0,518	0,540	0,581	0,876
Z2	0,526	0,573	0,630	0,895
Z3	0,574	0,508	0,591	0,877
Z4	0,549	0,492	0,607	0,839

Fornell-Larcker Criterion

	Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness	Intention To Use	Attitude Toward Using
Perceived Ease of Use	0,795			
Perceived Usefulness	0,611	0,834		
Intention To Use	0,674	0,647	0,818	
Attitude Toward Using	0,621	0,606	0,691	0,872

eliabilitas

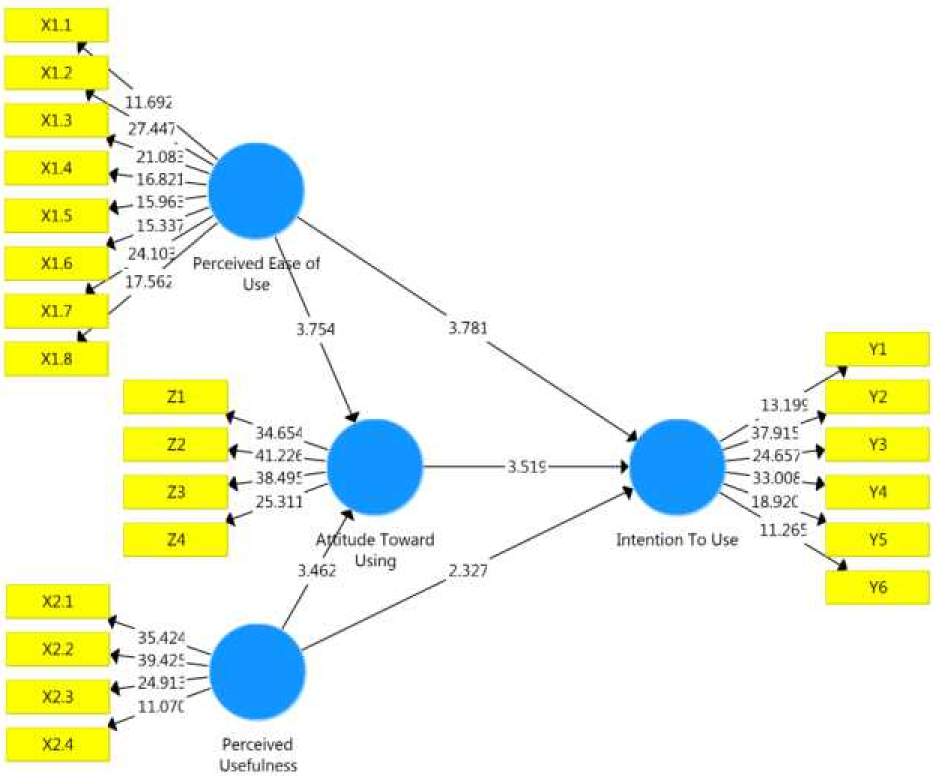
struct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Perceived Ease of Use	0,917	0,921	0,932
Perceived Usefulness	0,850	0,853	0,900
Intention To Use	0,899	0,904	0,923
Attitude Toward Using	0,895	0,895	0,927

4. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Intention To Use	0,608	0,596
Attitude Toward Using	0,468	0,457

4. Hasil Bootstrapping:



Hipotesis

Pengaruh Langsung:

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values

	(O)	(M)	(STDEV)		
Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using	0,401	0,398	0,107	3,754	0,000
Perceived Ease of Use -> Intention To Use	0,305	0,301	0,081	3,781	0,000
Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using	0,361	0,370	0,104	3,462	0,001
Perceived Usefulness -> Intention To Use	0,247	0,241	0,106	2,327	0,020
Attitude Toward Using -> Intention To Use	0,352	0,364	0,100	3,519	0,000

Analisis Pengaruh Tidak Langsung:

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using -> Intention To Use	0,141	0,143	0,053	2,660	0,008