

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* Aplikasi BNI Mobile Banking. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Perceived ease of use* secara parsial berpengaruh terhadap *intention to use* Aplikasi BNI Mobile Banking. Hal ini menunjukkan jika *perceived ease of use* meningkat maka *intention to use* Aplikasi BNI Mobile Banking akan meningkat
2. *Perceived usefulness* secara parsial berpengaruh terhadap *intention to use* Aplikasi BNI Mobile Banking. Hal ini menunjukkan jika *perceived usefulness* meningkat maka *intention to use* Aplikasi BNI Mobile Banking akan meningkat
3. *Perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara simultan berpengaruh terhadap *intention to use* Aplikasi BNI Mobile Banking. Hal ini menunjukkan jika *Perceived ease of use* dan *perceived usefulness* meningkat maka *intention to use* Aplikasi BNI Mobile Banking akan meningkat

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran Bank BNI, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Merekomendasikan Bank BNI harus meningkatkan *perceived ease of use*, dengan cara memberikan tahapan-tahapan kepada calon pengguna cara menggunakan Aplikasi BNI Mobile

Banking sehingga pengguna merasakan kemudahan dalam mengoperasikan Aplikasi BNI Mobile Banking dan memperbaiki system transaksi sehingga pengguna lebih cepat melakukan transaksi keuangan, hal tersebut akan meningkatkan *intention to use* Aplikasi BNI Mobile Banking

2. Merekomendasikan kepada pihak Bank BNI harus meningkatkan *perceived usefulness*, dengan cara meningkatkan meng-update fitur-fitur yang dibutuhkan oleh pengguna, dengan adanya kelengkapan fitur akan memudahkan nasabah dalam mendukung aktivitasnya

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* Aplikasi BNI Mobile Banking. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur menambahkan variabel lain dan jumlah sampel penelitian.

Daftar Pustaka

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi DANA Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3).
- Adyas, D., & Ainurahmah, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Indomaret Di Rest Area Km 35 Sentul Kabupaten Bogor. *Economicus*, 10(2), 135-144.
- Anarjia, K., & Rante, J. Z. (2019). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik sakuku pt. bank central asia, tbk kcu cikarang. *Jurnal sistem informasi*, 1(2), 1-8.
- Ariana, R. R., Hufron, M. H. M., & Basalamah, M. R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Ulang Uang Elektronik OVO dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(20).
- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2017). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay). *J. Akunt. STIE Multi Data Palembang*.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291-303.
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 6(1), 54-61.
- Fahmy, M., & Azhari, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Berperilaku Konsumen Dalam Menggunakan Fitur Ovo-cash Di Bandung. *eProceedings of Management*, 7(1).
- Fatuh, M. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Online (Studi pada Pengguna Uber di Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(4).

- Kurniasari, P., & Priambada, S. (2018). Analisis Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(2), 129-136.
- Mahanani, E., & Sari, B. (2019). Pengaruh Perceived Ease of Use, Word of Mouth dan Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Grab. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(1), 9-17.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455-1463.
- Nurmalia, V. D., & Wija, L. E. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 69-76.
- Putra, B. K., & Husna, J. (2019). Persepsi Pengguna Outlook Web Applications Dalam Mendukung Pendistribusian Arsip Surat Masuk di PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Regional Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(4), 181-193.
- Ridwan, M., & Halimatussakdiah, H. (2019). Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepercayaan Pelanggan Pada Produk Sepeda Motor Suzuki Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(4), 685-699.
- Safitri, D. D., & Diana, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (OVO) Dalam Transaksi Keuangan. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(05).
- Sulfina, S., Yuliniar, Y., & Aziz, A. (2022). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (SHOPEEPAY). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 17(2), 105-116.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter-Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 54-68.

Lampiran I**KUESIONER PENELITIAN**

Perihal : Mohon bantuan pengisian Kuesioner

Kepada Yth :

Bapak/ Ibu, Saudara/ i

Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Strata 1 Manajemen di Program Studi Manajemen IIB Darmajaya, Saya :

Nama : Tri Rizky Suprpto

NPM : 1812110533

Sedang melakukan penelitian yang berjudul **PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION OF USE BNI MOBILE BANKING**, Oleh karena itu saya mohon kesediaan bapak/ibu,saudara/i untuk mengisi kusioner di bawah ini dengan jujur dan benar. Data atau informasi yang terkumpul akan saya jaga kerahasiaanya dan di gunakan hanya untuk kepentingan penyusunan skripsi ini semata. Atas perhatian bapak/ibu, saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, Februari 2021

Peneliti

Tri Rizky Suprpto

NPM. 1812110533

Perceived Ease Of Use

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
<i>Kemudahan Mempelajari</i>						
1	Dapat dengan mudah mempelajari penggunaan aplikasi BNI Mobile Banking					
<i>Mengerjakan Dengan Mudah Apa Yang Diinginkan Pengguna</i>						
2	Dapat melakukan berbagai macam pembayaran dengan aplikasi BNI Mobile Banking					
<i>Kemudahan meningkatkan keinginan pengguna</i>						
3	Mudah menggunakan fitur yang ada di aplikasi BNI Mobile Banking					
<i>Kemudahan Dalam Pengoperasian</i>						
4	Dapat dengan mudah menggunakan aplikasi BNI Mobile Banking kapan pun dan dimana pun					

Perceived Usefulness

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
<i>Mempercepat Pekerjaan</i>						
5	Menggunakan aplikasi BNI Mobile membuat transaksi pembayaran lebih cepat terselesaikan					
<i>Meningkatkan Kinerja</i>						
6	Menggunakan aplikasi BNI Mobile dapat meningkatkan transaksi pembelian/penjualan					
<i>Meningkatkan Produktivitas</i>						
7	Menggunakan aplikasi BNI Mobile membuat waktu menjadi lebih efisien dalam aktivitas berbelanja					
<i>Effectiveness</i>						
8	Menggunakan aplikasi BNI Mobile mengurangi kesalahan dalam melakukan pembayaran					
<i>Makes Job Easier</i>						
9	Menggunakan aplikasi BNI Mobile mempermudah mentrasfer uang ke orang lain					
<i>Useful</i>						
10	Penggunaan aplikasi BNI Mobile dapat berguna untuk pembayaran berbagai tagihan					

Minat Menggunakan

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
<i>Berniat menggunakan</i>						
11	Yakin menggunakan aplikasi BNI Mobile di setiap aktivitas keuangan					
<i>Digunakan untuk masa depan</i>						
12	Menggunakan aplikasi BNI Mobile karena kemajuan teknologi keuangan					
<i>Ketertarikan pada objek minat</i>						
13	Mencari informasi mengenai keunggulan aplikasi BNI Mobile sebelum memutuskan untuk menggunakan					
<i>Cenderung selalu menggunakan</i>						
14	Menggunakan aplikasi BNI Mobile karena sesuai dengan kebutuhan					

Lampiran II (Hasil Jawaban Responden)

No	PE1	PE2	PE3	PE4	PE	PU1	PU2	PU3	PU4	PU5	PU6	PU	M1	M2	M3	M4	M
1	5	5	5	5	20	4	5	3	3	4	2	21	4	4	4	4	16
2	5	5	5	5	20	5	5	2	2	3	3	20	4	4	5	3	16
3	5	5	5	5	20	3	4	4	4	3	4	22	3	4	4	5	16
4	5	5	5	5	20	4	3	3	4	4	3	21	2	3	3	4	12
5	4	3	4	4	15	3	4	3	1	3	3	17	3	4	4	3	14
6	4	5	5	5	19	5	3	3	3	3	3	20	2	4	4	5	15
7	3	4	3	3	13	3	4	3	3	2	2	17	3	3	3	4	13
8	4	4	5	4	17	4	5	3	3	3	4	22	4	4	4	4	16
9	3	5	4	5	17	3	4	2	5	3	3	20	3	4	3	5	15
10	4	5	5	3	17	3	5	3	3	5	5	24	4	4	4	5	17
11	3	3	5	5	16	3	3	3	2	5	5	21	2	5	3	3	13
12	4	3	4	4	15	3	4	4	3	2	2	18	3	3	4	3	13
13	5	4	5	5	19	5	4	4	3	4	3	23	3	3	5	4	15
14	3	3	5	5	16	1	2	3	3	2	3	14	1	3	3	3	10
15	4	5	5	4	18	4	5	4	3	3	4	23	4	4	4	5	17
16	4	2	4	4	14	3	3	4	5	2	3	20	2	3	4	2	11
17	3	4	5	5	17	4	5	2	2	3	3	19	4	5	3	4	16
18	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	4	22	3	3	4	4	14
19	4	5	5	5	19	5	5	4	4	4	5	27	4	4	4	5	17
20	4	3	4	4	15	4	4	3	3	3	3	20	3	4	4	3	14
21	3	4	4	3	14	4	4	3	3	2	3	19	3	2	3	4	12
22	4	4	3	4	15	3	3	1	2	2	3	14	2	3	4	4	13
23	4	5	4	4	17	4	5	4	3	3	4	23	4	2	4	5	15

24	3	4	3	3	13	4	4	3	3	4	4	22	3	3	3	4	13
25	4	4	4	4	16	4	4	3	4	3	3	21	3	3	4	4	14
26	4	5	5	4	18	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	5	17
27	3	5	4	3	15	5	5	3	3	4	3	23	4	4	3	5	16
28	4	4	4	5	17	5	5	4	3	3	4	24	4	5	4	4	17
29	4	4	4	5	17	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	16
30	5	5	5	5	20	4	5	5	3	3	4	24	4	5	5	5	19
31	3	5	4	5	17	4	3	5	5	3	4	24	4	4	4	5	17
32	3	4	2	4	13	2	3	3	4	4	3	19	4	2	3	5	14
33	3	5	4	4	16	4	3	2	4	5	4	22	4	3	4	5	16
34	3	4	4	2	13	3	3	3	3	3	5	20	3	4	3	3	13
35	3	3	3	2	11	4	3	2	4	3	4	20	4	3	4	5	16
36	4	4	5	2	15	4	4	3	5	5	5	26	4	3	3	4	14
37	3	3	2	1	9	5	5	2	5	4	3	24	3	4	1	3	11
38	4	5	4	4	17	4	5	1	3	4	4	21	4	4	3	3	14
39	5	5	5	5	20	4	4	2	4	3	4	21	4	5	4	5	18
40	4	4	3	4	15	4	4	3	5	4	2	22	4	4	2	4	14
41	5	5	4	4	18	5	5	3	3	4	5	25	5	5	2	3	15
42	3	3	4	5	15	3	5	1	4	3	3	19	3	4	1	4	12
43	3	4	3	4	14	4	4	1	3	4	2	18	3	3	4	3	13
44	3	4	4	3	14	4	4	3	5	3	3	22	3	4	5	3	15
45	4	4	5	3	16	4	4	4	4	5	2	23	4	3	5	4	16
46	3	3	5	5	16	5	3	2	4	4	3	21	3	5	4	5	17
47	3	4	4	4	15	3	4	3	3	4	2	19	5	5	5	4	19
48	4	3	4	4	15	4	3	4	4	5	1	21	3	4	4	5	16
49	4	4	5	3	16	3	3	2	2	4	2	16	4	5	2	3	14
50	4	4	5	3	16	3	3	4	4	5	3	22	4	3	3	4	14
51	2	3	4	2	11	3	4	4	4	3	3	21	4	4	4	4	16
52	1	4	4	2	11	4	3	4	3	3	1	18	3	4	4	4	15
53	3	4	4	3	14	5	3	5	5	4	1	23	4	4	3	3	14
54	4	3	3	3	13	4	4	5	2	3	3	21	4	3	4	4	15
55	3	3	2	3	11	1	3	5	4	4	4	21	3	4	4	3	14
56	4	5	3	3	15	3	4	4	5	4	2	22	3	3	5	4	15
57	4	5	4	4	17	2	4	5	3	3	3	20	4	4	4	4	16
58	5	5	4	3	17	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	3	16
59	5	4	4	3	16	3	3	2	4	3	2	17	4	3	3	4	14
60	3	3	3	4	13	5	4	3	3	4	4	23	3	4	4	4	15
61	5	4	5	3	17	3	4	4	4	3	4	22	4	4	4	3	15
62	3	4	3	2	12	2	3	4	5	3	4	21	5	3	4	3	15
63	3	4	4	4	15	3	4	3	5	4	5	24	4	3	4	5	16

64	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	4	27	5	5	5	5	20
67	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	29	5	4	5	5	19
68	3	4	5	4	16	5	5	4	4	4	4	26	5	3	4	4	16
69	4	4	3	5	16	4	3	3	4	4	2	20	3	4	5	5	17
70	4	4	2	3	13	5	3	4	5	4	3	24	2	4	5	4	15

Lampiran III (Hasil Uji Frekuensi)

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	33	47.1	47.1	47.1
Valid Perempuan	37	52.9	52.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17 Tahun – 22 Tahun	25	35.7	35.7	35.7
23 Tahun – 28 Tahun	27	38.6	38.6	74.3
Valid 29 Tahun – 34 Tahun	12	17.1	17.1	91.4
35 Tahun – 40 Tahun	6	8.6	8.6	100.0
Total	70	100.0	100.0	

PE1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.4	1.4	1.4
2	1	1.4	1.4	2.9
Valid 3	25	35.7	35.7	38.6
4	28	40.0	40.0	78.6
5	15	21.4	21.4	100.0
Total	70	100.0	100.0	

PE2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.4	1.4	1.4
Valid 3	14	20.0	20.0	21.4
4	30	42.9	42.9	64.3
5	25	35.7	35.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

PE3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	5.7	5.7	5.7
3	11	15.7	15.7	21.4
Valid 4	28	40.0	40.0	61.4
5	27	38.6	38.6	100.0
Total	70	100.0	100.0	

PE4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.4	1.4	1.4
2	6	8.6	8.6	10.0
Valid 3	17	24.3	24.3	34.3
4	23	32.9	32.9	67.1
5	23	32.9	32.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

PU1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.9	2.9	2.9
2	3	4.3	4.3	7.1
Valid 3	20	28.6	28.6	35.7
4	29	41.4	41.4	77.1
5	16	22.9	22.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

PU2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.4	1.4	1.4
3	21	30.0	30.0	31.4
Valid 4	27	38.6	38.6	70.0
5	21	30.0	30.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

PU3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	5.7	5.7	5.7
2	10	14.3	14.3	20.0
3	24	34.3	34.3	54.3
4	22	31.4	31.4	85.7
5	10	14.3	14.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

PU4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.4	1.4	1.4
2	6	8.6	8.6	10.0
3	25	35.7	35.7	45.7
4	22	31.4	31.4	77.1
5	16	22.9	22.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

PU5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	8.6	8.6	8.6
3	26	37.1	37.1	45.7
4	27	38.6	38.6	84.3
5	11	15.7	15.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

PU6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	4.3	4.3	4.3
2	11	15.7	15.7	20.0
3	24	34.3	34.3	54.3
4	22	31.4	31.4	85.7
5	10	14.3	14.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

M1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.4	1.4	1.4
2	6	8.6	8.6	10.0
3	23	32.9	32.9	42.9
4	31	44.3	44.3	87.1
5	9	12.9	12.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

M2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	4.3	4.3	4.3
3	22	31.4	31.4	35.7
Valid 4	33	47.1	47.1	82.9
5	12	17.1	17.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

M3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.9	2.9	2.9
2	3	4.3	4.3	7.1
Valid 3	16	22.9	22.9	30.0
4	36	51.4	51.4	81.4
5	13	18.6	18.6	100.0
Total	70	100.0	100.0	

M4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.4	1.4	1.4
3	17	24.3	24.3	25.7
Valid 4	27	38.6	38.6	64.3
5	25	35.7	35.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Lampiran IV (Hasil Uji Validitas)

Correlations

	PE1	PE2	PE3	PE4	PE
Pearson Correlation	1	.318	.429	.439	.740**
PE1 Sig. (2-tailed)		.087	.018	.015	.000
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.318	1	.338	.119	.648**
PE2 Sig. (2-tailed)	.087		.068	.529	.000
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.429	.338	1	.573**	.790**
PE3 Sig. (2-tailed)	.018	.068		.001	.000
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.439	.119	.573**	1	.722**
PE4 Sig. (2-tailed)	.015	.529	.001		.000
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.740**	.648**	.790**	.722**	1
PE Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	PU1	PU2	PU3	PU4	PU5	PU6	PU
Pearson Correlation	1	.581**	.162	.035	.321	.119	.634**
PU1 Sig. (2-tailed)		.001	.392	.856	.083	.532	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.581**	1	.266	-.038	.313	.269	.668**
PU2 Sig. (2-tailed)	.001		.156	.843	.092	.151	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.162	.266	1	.336	.152	.333	.614**
PU3 Sig. (2-tailed)	.392	.156		.070	.422	.072	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.035	-.038	.336	1	.003	.062	.386*
PU4 Sig. (2-tailed)	.856	.843	.070		.987	.744	.035
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.321	.313	.152	.003	1	.588**	.658**
PU5 Sig. (2-tailed)	.083	.092	.422	.987		.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.119	.269	.333	.062	.588**	1	.645**
PU6 Sig. (2-tailed)	.532	.151	.072	.744	.001		.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.634**	.668**	.614**	.386*	.658**	.645**	1
PU Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.035	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

	M1	M2	M3	M4	M
Pearson Correlation	1	.355	.347	.586**	.846**
M1 Sig. (2-tailed)		.054	.060	.001	.000
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.355	1	.141	.189	.621**
M2 Sig. (2-tailed)	.054		.458	.317	.000
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.347	.141	1	.203	.548**
M3 Sig. (2-tailed)	.060	.458		.281	.002
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.586**	.189	.203	1	.741**
M4 Sig. (2-tailed)	.001	.317	.281		.000
N	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.846**	.621**	.548**	.741**	1
M Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	
N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran V (Hasil Uji Reliabilitas)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	4

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.645	6

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.644	4

Lampiran VI (Hasil Uji Normalitas)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PE	PU	M
N		70	70	70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	15.90	21.71	15.23
	Std. Deviation	2.611	3.199	2.128
Most Extreme Differences	Absolute	.108	.107	.116
	Positive	.108	.107	.116
	Negative	-.108	-.096	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		.905	.898	.967
Asymp. Sig. (2-tailed)		.386	.396	.307

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran VII (Hasil Uji Linearitas)

ANOVA Table

				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
M PE	*	Groups	(Combined)	142.110	10	14.211	4.925	.000
			Between Linearity	93.413	1	93.413	32.375	.000
			Deviation from Linearity	48.696	9	5.411	1.875	.074
	Within Groups	170.233	59	2.885				
	Total	312.343	69					

ANOVA Table

				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
M PU	*	Groups	(Combined)	135.412	14	9.672	3.007	.002
			Between Linearity	111.457	1	111.457	34.647	.000
			Deviation from Linearity	23.955	13	1.843	.573	.865
	Within Groups	176.931	55	3.217				
	Total	312.343	69					

Lampiran VIII (Hasil Uji Linearitas)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.810	1.474		2.584	.012		
1 PE	.305	.078	.374	3.912	.000	.856	1.169
PU	.303	.064	.455	4.764	.000	.856	1.169

a. Dependent Variable: M

Lampiran IX (Hasil Uji Regresi Berganda)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.476	.461	1.562

a. Predictors: (Constant), PU, PE

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.810	1.474		2.584	.012
	PE	.305	.078	.374	3.912	.000
	PU	.303	.064	.455	4.764	.000

a. Dependent Variable: M

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.812	2	74.406	30.485	.000 ^b
	Residual	163.531	67	2.441		
	Total	312.343	69			

a. Dependent Variable: M

b. Predictors: (Constant), PU, PE

