

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Awareness terhadap <i>Internet Banking</i> Berdasarkan Kota, SES, Tingkat Pendidikan dan Kelompok Usia	4
Tabel 1.2	Penetrasi terhadap Internet Banking Berdasarkan Kota, SES, Tingkat Pendidikan dan Usia	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Instrumen Skala Likert Dalam Penelitian	35
Tabel 3.2	Interpretasi Koefisien Nilai r	41
Tabel 3.3	Kriteria Uji t dan Uji F.....	46
Tabel 3.4	Indikator Variabel dan Skala yang Digunakan Peneliti	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Profesi Pekerjaan	59
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Layanan <i>Internet Banking</i> yang Digunakan	60
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Bank yang Digunakan	61
Tabel 5.1	Uji Validitas Persepsi Kemanfaatan pada <i>Internet Banking</i>	62
Tabel 5.2	Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan pada <i>Internet Banking</i>	63
Tabel 5.3	Uji Validitas Sikap pada <i>Internet Banking</i>	64
Tabel 5.4	Uji Validitas Penggunaan Sesungguhnya pada <i>Internet Banking</i>	64
Tabel 5.5	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemanfaatan	66
Tabel 5.6	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan	66
Tabel 5.7	Hasil Uji Reliabilitas Sikap	67

Tabel 5.8	Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Sesungguhnya	67
Tabel 5.9	Anova Model 1 – Sub-Struktur 1.....	70
Tabel 5.10	Coefficients Model 1 – Sub-Struktur 1	70
Tabel 5.11	Summary Model 1 – Sub-Struktur 1	71
Tabel 5.12	Correlations	71
Tabel 5.13	Anova Model 2 – Sub-Struktur 1.....	77
Tabel 5.14	Coefficients Model 2 – Sub-Struktur 1.....	77
Tabel 5.15	Summary Model 2 – Sub-Struktur 1	78
Tabel 5.16	Anova Model 1 – Sub-Struktur 2.....	82
Tabel 5.17	Coefficients Model 1 – Sub-Struktur 2	83
Tabel 5.18	Summary Model 1 – Sub-Struktur 2	83
Tabel 5.19	Anova Model 2 – Sub-Struktur 2.....	89
Tabel 5.20	Coefficients Model 2 –Sub-Struktur 2.....	90
Tabel 5.21	Summary Model 2 – Sub-Struktur 2.....	90
Tabel 5.22	Perhitungan Pengaruh	92