



**ADOPSI *AUTOMATED TELLER MACHINE* (ATM) DENGAN
PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)
(STUDI PERSEPSI NASABAH PERBANKAN KOTA PADANG)**

SKRIPSI


**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

Diajukan Oleh:

MEUTHIA

04152016

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2008**

| | | | |
|---|---|---------|---------------------|
|  | No. Alumni Universitas | MEUTHIA | No. Alumni Fakultas |
| | a).Tempat/ Tgl Lahir: Padang/ 30 November 1986 b). Nama Orang Tua: Irsal dan Nelmi c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 04152016 f) Tgl Lulus: 16 Juli 2008 g). Predikat Lulus: Dengan Pujian h). IPK: 3, 71 i) Lama Studi: 3 tahun 10 bulan j). Alamat Orang Tua : Komp. Cendana Blok i No.3 RT 004/ RW 014 Tabing – Padang 25171 | | |

ADOPSI AUTOMATED TELLER MACHINE (ATM) DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

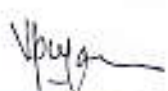


(Studi Persepsi Nasabah Perbankan Kota Padang)
 Skripsi S1 oleh Meuthia . Pembimbing Dr. Vera Pujani, SE, MMT

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis (1989) sebagai model penelitian, untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap variabel terikat yaitu minat melalui sikap sebagai variabel *intervening*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari penyebaran kuesioner pada 150 orang nasabah bank umum yang menggunakan setiap jenis layanan *Automated Teller Machine (ATM)* di Kota Padang dengan metode *convenience sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) dengan analisis jalur (*path analysis*) melalui program aplikasi AMOS 5.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh langsung terhadap minat tetapi berpengaruh signifikan terhadap sikap. Persepsi kemudahan berpengaruh langsung terhadap minat dan melalui sikap. Sedangkan sikap berpengaruh signifikan terhadap minat.

Kata kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Sikap, Minat

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 16 Juli 2008
 Abstrak telah disetujui oleh penguji:

| | | | |
|--------------|---|--|---|
| Tanda Tangan |  |  |  |
| Nama Terang | Dr. Vera Pujani, SE. MMT | Dr. Ratni Prima Lita, SE. MM | Eni Besra, SE. MM |

Mengetahui,
 Ketua Jurusan Manajemen:

Tafdil Husni, SE, MBA, PhD
 Nip.131 656 499


 Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas / Universitas Andalas dan mendapat nomor Alumnus:

| | | |
|---------------------------|-------------------------------|--------------|
| | Petugas Fakultas/ Universitas | |
| Nomor Alumni Fakultas: | Nama | Tanda Tangan |
| Nomor Alumni Universitas: | Nama | Tanda Tangan |
| | | |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi yang melanda dunia dewasa ini telah membawa perubahan pada lingkungan bisnis dan persaingan. Perusahaan dituntut untuk selalu bersikap proaktif dalam menanggapi berbagai perubahan lingkungan yang bersifat dinamis dengan menciptakan dan mengembangkan strategi bisnis. Persaingan global menjadi sesuatu yang harus dihadapi perusahaan apabila ingin bertahan dan harus memiliki keunggulan kompetitif untuk dapat bersaing di pasar global (Ellitan, 2006). Pada situasi global ini hanya perusahaan yang mampu menghasilkan barang dan jasa kelas dunia (*world-class*) yang dapat bersaing. Persaingan global dan peningkatan produktivitas menjadi isu penting apabila ingin mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Di samping itu, lingkungan global membawa pengaruh pada perubahan strategi bisnis dan tujuan organisasi.

Salah satu perubahan yang dihadapi perusahaan adalah kemajuan teknologi. Teknologi mengalami perubahan signifikan dari generasi ke generasi. Gelombang pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi semakin meningkat dan tidak dapat ditahan lagi. Dengan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan perusahaan pengadopsinya memiliki keunggulan kompetitif. Teknologi informasi dan komunikasi memberi peluang bagi perusahaan global untuk meningkatkan koordinasi dan pengendalian, atau dapat pula dimanfaatkan untuk mendapatkan keunggulan daya saing di pasar dunia (Bandi, 2006).

Berbagai peristiwa penting telah mewarnai dan membentuk arah ekonomi global. Salah satunya tahun 2003 adalah tahun dimulainya AFTA. Perusahaan berlomba untuk menerapkan strategi yang disesuaikan dengan *core competencies* yang dimiliki serta kondisi eksternal, bahkan melakukan investasi besar pada teknologi. Perusahaan semakin menanggapinya secara positif dengan melakukan penyerapan teknologi untuk melakukan efisiensi, peningkatan kualitas dan layanan kepada konsumen.

Dampak yang perlu dikaji dari kehadiran teknologi informasi dan komunikasi ini adalah terjadinya perubahan pada beberapa hal antara lain cara bekerja maupun proses bisnis. Perubahan ini antara lain dapat direpresentasikan, misalnya cara berkomunikasi pada saat belum menggunakan teknologi, yaitu menggunakan surat, maka jika menggunakan teknologi dapat digantikan dengan email. Rapat yang biasanya dilakukan dalam satu lokasi, setelah adanya teknologi maka dapat dilakukan oleh peserta yang berbeda lokasi dengan memanfaatkan *teleconference*. Bahkan cara tradisional dengan sistem antrian di bank telah dapat dilakukan dengan bantuan teknologi ATM (*Automated Teller Machine*) yang tersedia di berbagai lokasi yang dapat dijangkau nasabah secara *on-line* 24 jam.

Suatu fenomena yang cukup menarik di era globalisasi dan informasi saat ini adalah begitu hebatnya laju perkembangan dan penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada semua aspek kehidupan manusia. Perbankan merupakan salah satu industri yang paling cepat dalam menyerap perkembangan teknologi informasi ini (Metrodata TI, 2007). Teknologi memegang peranan yang sangat penting dalam mempermudah dan mempercepat kegiatan dan transaksi dalam melindungi aset perbankan. Keterlambatan mengantisipasi kemajuan

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap sikap dan minat nasabah bank umum di Kota Padang untuk menggunakan ATM (*Automated Teller Machine*). Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis model persamaan struktural dengan program aplikasi AMOS 5.0. Pengujian hipotesis 1, 2, 3, 4, dan 5 yang diajukan, tidak semuanya mendukung ekspektasi peneliti. Ini dapat dilihat pada tabel 4.11.

Analisis model yang ditawarkan peneliti berdasarkan hipotesis awal yang dikemukakan belum memenuhi kriteria *Goodness of Fit* yang disyaratkan, yaitu nilai *df* diperoleh sebesar 0 dan GFI, AGFI, NFI, serta TLI sebesar 1. Hal ini mengindikasikan perlunya melakukan modifikasi model dengan cara mengurangi jumlah jalur yang akan diteliti.

Setelah dilakukan modifikasi dengan menghilangkan jalur manfaat (M_ATM) terhadap minat (T_ATM) diperoleh model yang sesuai dengan semua kriteria *Goodness of Fit* yang disyaratkan dan dapat diterima sebagai model penelitian, yaitu nilai *chi square* dan *df* yang menyertai, GFI, AGFI, NFI, serta TLI yang melebihi 0,90, sehingga diperoleh hasil pengujian hipotesis yang baru. Pertama, persepsi manfaat terbukti berpengaruh signifikan terhadap sikap. Kedua, persepsi kemudahan terbukti berpengaruh signifikan terhadap sikap. Ketiga, persepsi kemudahan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat. Keempat, sikap sebagai variabel *intervening* terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I dan Fishbein, M (1980). *Theory of Planned Behavior*. Available <http://www.ssrn.com>
- Anonim. (2007). *Marketing Research*. Available <http://www.kompas.com>
- Anonim. (2007). *Petunjuk Tulisan Ilmiah*. Available <http://library.gunadarma.ac.id>
- Bandi. (2006). Pengaruh respon perusahaan dalam investasi teknologi informasi terhadap kinerja perusahaan: strategi bisnis, kematangan teknologi informasi, dan ukuran perusahaan sebagai variabel anteseden. *Laporan Penelitian*, Univ Sebelas Maret. Surakarta
- Chau, P.Y.K, dan Hu, P.J. (2002). Examining a model of information technology acceptance by individual professionals: An exploratory study, *Journal of Management Information Systems*, Vol 18, pg 191-229
- Compeau, D., Higgins, C., dan Huff, S. (1995). Social cognitive theory and individual reactions to computing technology: A longitudinal study, *MIS Quarterly*, Vol 23, pg 145-158
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly*, Vol 13, pg 983-1003. Available <http://www.proquest.com/pqdweb>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., dan Warshaw, P. R. (1989). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace, *Journal of Applied Psychology*, Vol 22, pg 1111-1132
- Ellitan, Lena. (2006). Strategi inovasi dan kinerja perusahaan manufaktur di Indonesia: Pendekatan model simultan dan model sekuensial. *Jurnal Manajemen*, Vol 6, No. 1, Pg 1-20
- Filotto., Umberto., Tanzi., Musile, Paola M., Saita., dan Francesco. (1997). Customer needs and front-office technology adoption. *The International Journal of Bank Marketing*, Vol 15, No. 1, Pg 13
- Gerrard, P dan Cunningham, B. (2003). The diffusion of internet banking among Singapore Consumers, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol 21, Ed 1, pg 16
- Ghozali, Imam. (2004). *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver 5.0*. BP UNDIP
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., dan Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis*, Pearson International Edition, New Jersey: Prentice Hall