

B. Tinjauan Teoritis

1. Persepsi Pengguna Teknologi Informasi

Persepsi adalah bagaimana kita melihat dunia sekitar kita. Secara formal, persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses, dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasi stimuli kedalam suatu gambaran dunia yang berani dan menyeluruh (Simamora, 2008:102).

Perceived usefulness didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Davis dan Adam dalam Nasution (2004:4) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut.

Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa kemanfaatan dari penggunaan komputer dapat meningkatkan kinerja, prestasi kerja orang yang menggunakannya. Menurut Thompson dalam Nasution (2004:4) kemanfaatan TI merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna TI dalam melaksanakan tugasnya. Pengukuran kemanfaatan tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan keragaman aplikasi yang dijalankan. Thompson dalam Nasution (2004:4) juga menyebutkan bahwa individu akan menggunakan TI jika mengetahui manfaat positif atas penggunaannya.

Jadi dapat dikatakan persepsi pengguna TI merupakan tanggapan pengguna terhadap TI yang mereka gunakan. Persepsi TI dapat diketahui dari kepercayaan pengguna TI dalam memutuskan penerimaan TI, dengan satu

kepercayaan bahwa penggunaan TI tersebut memberikan manfaat bagi penggunanya atau tidak.

2. Kemudahan Dalam Penggunaan

Davis dalam Nasution (2004:5) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Menurut Goodwin dan Silver dalam Nasution (2004:5) menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Jogiyanto (2007:113) juga menerangkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari komputer. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan TI bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan TI (secara manual). Pengguna TI mempercayai bahwa TI yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya (*compartible*) sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

3. Risiko

Menurut Hardanto (2006:4), risiko di definisikan sebagai peluang terjadinya “*bad outcome*” (hasil yang buruk), dan besarnya peluang dapat diestimasi. Sedangkan menurut Basyaib (2007:1), risiko didefinisikan sebagai peluang terjadinya hasil yang tidak diinginkan sehingga risiko hanya terkait dengan situasi yang memungkinkan munculnya hasil negatif serta berkaitan dengan kemampuan memperkirakan terjadinya hasil negatif tadi.

Menurut Silalahi dalam Wijaya (2006:5) pengertian risiko adalah

- Risiko adalah kesempatan timbulnya kerugian
- Risiko adalah probabilitas timbulnya kerugian
- Risiko adalah ketidakpastian
- Risiko adalah penyimpangan aktual dari yang diharapkan
- Risiko adalah probabilitas suatu hasil akan berbeda dari yang diharapkan

Pada penelitian ini indikator risiko dari penggunaan ATM tentunya sudah dicermati oleh para nasabah dimana diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko akan berdampak positif pada minat nasabah yang sudah memakai maupun yang belum dalam hal penggunaan teknologi ATM.

4. Fitur Layanan

Dalam mendukung suatu kinerja bisnis perlu adanya suatu fitur atau jenis fasilitas yang baik untuk konsumen. Terlebih lagi apabila berkaitan dengan teknologi informasi. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Ardi (2013:3) fitur didefinisikan sebagai sarana kompetitif untuk mendifferensiasikan produk perusahaan dengan pesaing. Melalui fitur, perusahaan dapat menciptakan differensiasi produknya dari produk pesaing. Sebagian besar produk yang

ditawarkan dengan fitur berbeda dapat melengkapi fungsi dasar produk. Menurut Steward, dkk., dalam Amijaya (2010: 16) faktor kepercayaan dalam *e-commerce* adalah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi *online* secara konsisten dan lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Konsep kepercayaan disini adalah kepercayaan pada pihak yang menerapkan ATM (*banking*) dan kelengkapan pada kelengkapan fitur layanan yang terdapat di dalam ATM.

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat membuat fasilitas yang berupa fitur layanan seakan-akan wajib hukumnya untuk menarik minat konsumen. Fitur layanan merupakan salah satu jenis penerapan konsep promosi untuk menarik minat konsumen terhadap suatu produk. Apabila fitur layanan baik dan terjamin tentunya konsumen akan tertarik pada suatu produk tersebut. Perkembangan industri perbankan di Indonesia tidak terlepas dari penerapan teknologi seperti fasilitas online. *Online banking* sendiri merupakan salah satu fitur layanan yang diterapkan oleh bank guna menarik minat konsumen. Kepercayaan konsumen terhadap suatu produsen bisa timbul dari fasilitas kelengkapan fitur layanan yang diterapkan. Contohnya: ATM dengan berbagai macam fitur layanan didalamnya, apabila fitur layanan ATM baik, tidak menutup kemungkinan nasabah akan tertarik untuk menggunakan ATM dengan pertimbangan kepercayaan nasabah atas keamanan dari fitur layanan ATM tersebut.

5. Konsep Minat

a. Pengetian Minat

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat (Slameto,1995:180).

Menurut Jogiyanto (2006:29), minat (*intention*) didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Minat tidak selalu statis. Minat dapat berubah dengan berjalannya waktu.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah sebuah rasa ketertarikan pada suatu obyek.

b. Latar Belakang Tumbuhnya Minat

Menurut Dalyono (2009:56) minat dapat timbul karena daya tarik dari luar dan juga datang dari hati sanubari. Minat yang besar terhadap sesuatu merupakan modal yang besar artinya untuk mencapai atau memperoleh benda atau tujuan yang diminati itu.

Menurut Ahmadi (2007:263) minat seringkali timbul bila ada perhatian. Oleh karena itu untuk menimbulkan minat kita sebaiknya juga harus menimbulkan perhatiannya, misalnya dengan menghubungkan dengan hal-hal yang menarik berkaitan dengan minat tersebut.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat dikatakan bahwa minat bisa tumbuh akibat dari faktor eksternal yang menjadi daya tarik tersendiri

sehingga menimbulkan rasa keinginan untuk mendapatkan sesuatu berkaitan dengan minat tersebut.

c. Stabilitas Minat

Minat atau intensi berhubungan dengan perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan kemauan (*volitional*) dan dapat memprediksi mereka dengan akurasi yang tinggi. Tetapi minat dapat berubah menurut waktu, Semakin lebar interval waktu, semakin mungkin terjadi perubahan-perubahan di minat (Jogiyanto, 2007:29). Pengukuran dari minat yang diperoleh sebelum perubahan terjadi tidak dapat diharapkan memprediksi perilaku secara akurat. Akurasi dari prediksi biasanya akan menurun dengan jumlah waktu yang terjadi antara pengukuran minat tersebut dengan observasi dari perilaku .

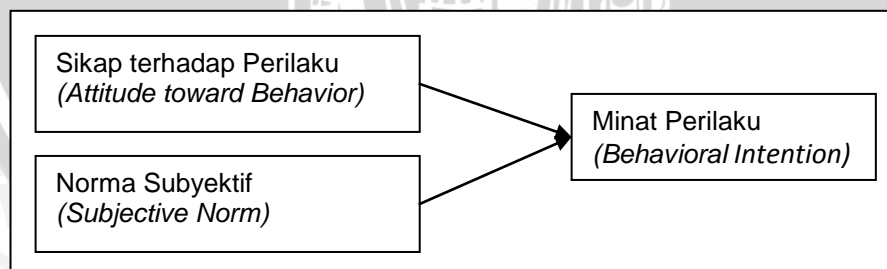
d. Penentu-Penentu Minat

Hasil yang menunjukkan bahwa minat dapat memprediksi perilaku dengan cukup akurat tidak berarti dengan sendirinya menyediakan informasi yang banyak tentang alasan-alasan melakukan perilakunya. Ajzen dan Fishbein dalam Jogiyanto (2007:31) memperkenalkan suatu teori yang disebut dengan teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*/TRA). Teori tindakan beralasan adalah teori yang menjelaskan bahwa minat dari seseorang untuk melakukan (atau tidak melakukan) suatu perilaku merupakan penentu langsung dari tindakan atau perilaku.

Menurut teori ini, minat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar, yang satu berhubungan dengan faktor pribadi dan yang lainnya

berhubungan dengan pengaruh sosial. Penentu yang *pertama* yang berhubungan dengan faktor pribadi adalah sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behaviour*) individual. Sikap ini adalah evaluasi kepercayaan (*belief*) atau perasaan (*affect*) positif atau negatif dari individual jika harus melakukan perilaku tertentu yang dikehendaki.

Penentu yang kedua dari minat yang berhubungan dengan pengaruh sosial adalah norma subjektif (*subjective norm*). Disebut dengan norma subyektif karena berhubungan dengan preskripsi normatif persepsian, yaitu persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial (kepercayaan-kepercayaan orang lain) yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Sikap seseorang dikombinasikan dengan norma-norma subyektifnya (*subjective norm*) akan membentuk minat perilakunya. Jika digambarkan hubungan antara sikap, norma-norma subyektif, dan minat perilaku adalah sebagai berikut:



Gambar1

Hubungan antara sikap, norma-norma subyektif, dan minat perilaku

Sumber : Jogiyanto (2007:33)

Kedua faktor merupakan penentu yang sama pentingnya dari minat.

Akan tetapi, seringkali bobot-bobot relatif dari faktor-faktor sikap dan

normatif dapat bervariasi dari satu orang dengan orang lainnya. Ajzen dan Fishbein menyatakan bahwa sikap (*attitude*) dan norma-norma subjektif (*subjective norma*) mempunyai bobot yang tidak sama dalam memprediksi minat perilaku. Perbedaan bobot ini disebabkan oleh perbedaan individu dan perbedaan situasi.

6. Minat Nasabah Bank Dalam Menggunakan ATM

Behavioral Intention to Use adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Wibowo, 2006:2). Minat perilaku dapat dilihat dari tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang sehingga dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah peralatan (*peripheral*) pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat (*Behavioral Intention*) untuk melakukannya.

Menurut Croteau dan Bergeron dalam Amijaya (2010:18) menyatakan bahwa minat pemanfaatan teknologi berhubungan dengan cara perusahaan merencanakan dan mengatur teknologi informasi dalam mencapai manfaat potensial dan efektif. Teknologi informasi diterapkan sesuai dengan strategi bisnis. Maka dari itu, perusahaan dapat mengadopsi berbagai tipe pemanfaatan teknologi tergantung pada strategi bisnisnya.

Pemanfaatan serta penggunaan teknologi ATM oleh nasabah bank menunjukkan seberapa besar minat nasabah dalam menggunakan atau tidak menggunakan ATM dalam proses transaksinya. Dapat dikatakan seberapa

besar proporsi pemanfaatan ATM oleh nasabah menunjukkan tingkat ketertarikan nasabah akan teknologi ATM. Berkaitan dengan penelitian ini yang mana penerapan ATM yang masih terbilang baru, tentunya pengaruh dari kebiasaan transaksi sebelumnya yaitu transaksi secara manual sangat besar bagi nasabah. Transaksi secara manual yang sudah lama dilakukan oleh nasabah merupakan salah satu kendala tersendiri bagi pihak bank dalam menarik minat nasabahnya untuk menggunakan ATM.

7. Model Penerimaan Teknologi (*technology acceptance model/TAM*)

Beberapa model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer, di antaranya yang tercatat dalam berbagai literatur dan referensi hasil riset dibidang teknologi informasi adalah seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behaviour* (TPB), dan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Saputro, 2012:5). Model TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian TI karena model ini lebih sederhana, dan mudah diterapkan (Iqbaria, 1995 dalam Nasution, 2004:3).

Salah satu model yang sering digunakan untuk menggambarkan tingkat penerimaan teknologi informasi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM dikembangkan oleh Davis (1989) dari *Theory of Reasoned Action* atau TRA oleh Ajzen dan Fishbein (1980) merupakan model yang paling banyak digunakan dalam penelitian sistem informasi. Pada penelitian ini juga meneliti mengenai penerimaan teknologi dalam konteks kondisi sosial

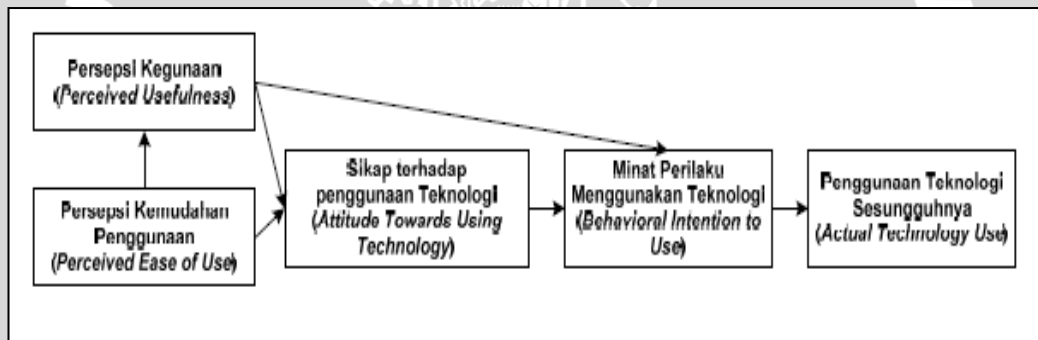
yang terjadi pada para nasabah. Apakah teori TAM berpengaruh pada kondisi sosial tertentu atau cuman pada kondisi sosial kelas atas. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil dari penelitian ini.

TAM menambahkan 2 konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk utama ini adalah persepsi kegunaan atau kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut. Persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan keduanya mempunyai pengaruh ke minat perilaku. Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Persepsi kegunaan juga mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan tetapi tidak sebaliknya. Pengguna sistem akan menggunakan teknologi informasi jika sistem bermanfaat baik sistem itu mudah digunakan atau tidak mudah digunakan. Sistem yang sulit digunakan akan tetap digunakan jika merasa bahwa sistem masih berguna (Jogiyanto, 2007:111).

Menurut Venkatesh dan Morris dalam Sanjaya (2005:112), TAM menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya. Model TAM dilandasi oleh TRA yang menyatakan bahwa seseorang akan menerima komputer jika dia merasa bahwa teknologi informasi memberikan manfaat positif.

Dalam TAM dikenal ada 5 konstruk, yaitu :

1. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.
2. Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya.
3. Sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) atau Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), didefinisikan sebagai evaluasi dari pemakai tentang ketertarikannya dalam menggunakan teknologi.
4. Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) atau Minat perilaku (*behavioral intention*), didefinisikan sebagai minat (keinginan) seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.
5. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*) atau perilaku (*behavior*), diukur dengan jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan teknologi dan frekuensi penggunaan teknologi tersebut.



Gambar2
Model TAM (Technology Acceptance Model)
 Sumber : Jogiyanto (2007:113)

8. Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM)

Indikator dari variabel penggunaan anjungan tunai mandiri (ATM) dalam penelitian ini adalah nasabah yang baru menggunakan ATM. Penggunaan dalam hal konteks penggunaan teknologi, dapat dikatakan dengan penggunaan sesungguhnya (*Actual Use*) yang merupakan bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Dengan kata lain pengukuran penggunaan sesungguhnya (*Actual Use*) diukur sebagai jumlah

waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan besarnya frekuensi penggunaannya. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitasnya, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan. Indikator penggunaan ATM merupakan si *user* dari ATM yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar minat nasabah dalam menggunakan teknologi ATM. Nasabah yang sudah memakai ATM tentunya sudah mengetahui seperti apa kelebihan atau kekurangannya sehingga dapat diketahui tingkat penerimaan akan teknologi tersebut.

9. Model Konsep dan Hipotesis

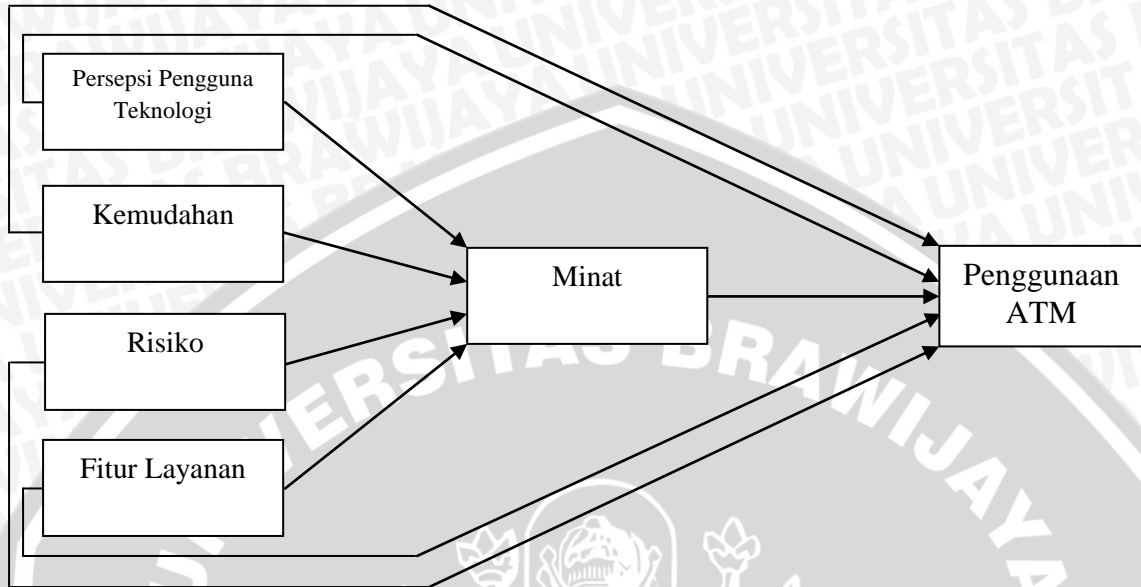
Untuk mempermudah pemahaman akan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka perlu ditentukan model konsep dan hipotesis.

a. Model Konsep

Konsep adalah abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu (Singarimbun dan Effendi, 1989:34). Bedasar pengkajian secara sistematis mengenai pengaruh persepsi Pengguna teknologi informasi, kemudahan dalam penggunaan, risiko, fitur layanan terhadap minat dan penggunaan, maka disusun model konsep sebagai dasar pembentukan konsep hipotesis.

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa model konsep dalam pengertian ini adalah sebagai berikut:

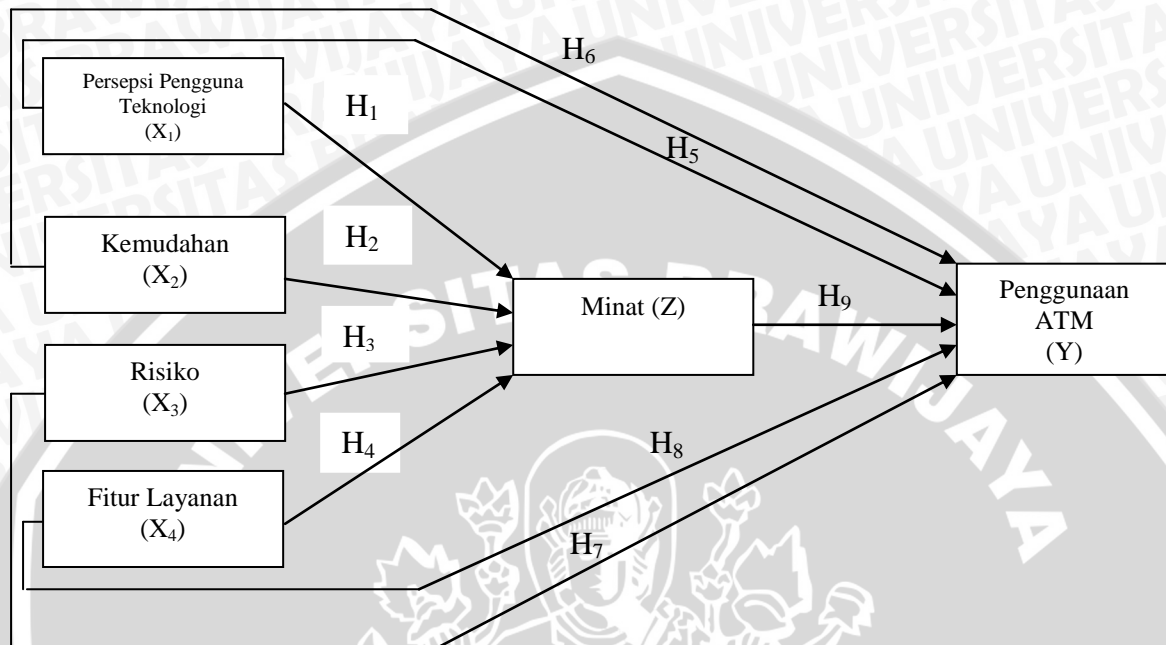
Gambar 3
Model Konsep



b. Model Hipotesis

Berdasarkan model konsepsi diatas dapat dijabarkan lebih lanjut ke dalam hipotesis. Hipotesis merupakan suatu pernyataan sementara terhadap rumusan penelitian yang kebenarannya harus diuji. Menurut Sugito (2009:32), Hipotesis berasal dari kata hypo yang artinya kurang dan tesis yang berarti pendapat. Jadi hipotesis merupakan pendapat yang masih kurang. Artinya kurang lengkap kebenarannya karena masih harus dibuktikan melalui percobaan. Sugiyono (2010:93) memberikan pengertian hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu hipotesis penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

Gambar 4
Model Hipotesis



c. Hipotesis

Berdasarkan model hipotesis diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara persepsi pengguna teknologi informasi terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

H_2 = Ada pengaruh signifikan antara kemudahan terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

H_3 = Ada pengaruh signifikan antara risiko terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

H_4 = Ada pengaruh signifikan antara fitur layanan terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

- H₅= Ada pengaruh signifikan antara persepsi pengguna teknologi informasi terhadap penggunaan ATM
- H₆= Ada pengaruh signifikan antara kemudahan dalam menggunakan ATM terhadap penggunaan ATM
- H₇= Ada pengaruh signifikan antara risiko dalam menggunakan ATM terhadap penggunaan ATM
- H₈= Ada pengaruh signifikan antara fitur layanan terhadap penggunaan ATM
- H₉= Ada pengaruh signifikan antara minat nasabah bank dalam menggunakan ATM terhadap penggunaan ATM
- H₁₀= Ada pengaruh signifikan antara persepsi pengguna teknologi informasi terhadap penggunaan ATM melalui minat nasabah
- H₁₁= Ada pengaruh signifikan antara kemudahan dalam menggunakan ATM terhadap penggunaan ATM melalui minat nasabah
- H₁₂= Ada pengaruh signifikan antara risiko dalam menggunakan ATM terhadap penggunaan ATM melalui minat nasabah
- H₁₃= Ada pengaruh signifikan antara fitur layanan terhadap penggunaan ATM melalui minat nasabah

Berikut adalah uraian dari model hipotesis diatas :

Pengaruh persepsi pengguna teknologi informasi terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

Persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses, dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasi stimuli

kedalam suatu gambaran dunia yang berani dan menyeluruh (Simamora, 2008:102). Persepsi pengguna teknologi informasi dapat diartikan sebagai pandangan seseorang akan adanya suatu teknologi atau juga disebut gambaran akan keberadaan suatu teknologi. Orang mempersepsikan suatu teknologi berarti dia telah memiliki gambaran akan teknologi tersebut, baik itu kelebihan atau kelemahannya. Berkaitan dengan penerapan teknologi ATM, bagi nasabah yang baru menggunakan teknologi ATM ini tentunya sangat memperhatikan akan gambaran teknologi yang menurutnya masih baru. Sehingga untuk selanjutnya dari persepsi teknologi tersebut akan memunculkan rasa ketertarikan ataupun tidak dari penerapan teknologi ATM tersebut. Dari sinilah akan memunculkan seperti apakah minat nasabah terhadap teknologi ATM tersebut.

Hipotesis yang diuji adalah :

H₁= Ada pengaruh signifikan antara persepsi pengguna teknologi informasi terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

Pengaruh kemudahan dalam menggunakan terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

Davis dalam Nasution (2004:5) mendefinisikan kemudahan penggunaan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Kaitannya dengan penggunaan ATM, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan ATM akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam melakukan

transaksi. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan ATM akan lebih mudah dibandingkan dengan yang tidak menggunakan (secara manual). Kaitannya dengan minat nasabah bank, bahwa unsur kemudahan dalam menggunakan ATM bisa saja menarik minat nasabah bank ataupun bisa dimungkinkan ada yang menolak.

Hipotesis yang diuji adalah :

H₂= Ada pengaruh signifikan antara kemudahan dalam penggunaan terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

Pengaruh risiko terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

Menurut Basyaib (2007:1), risiko didefinisikan sebagai peluang terjadinya hasil yang tidak di inginkan sehingga risiko hanya terkait dengan situasi yang memungkinkan munculnya hasil negatif serta berkaitan dengan kemampuan memperkirakan terjadinya hasil negatif tadi. Risiko dari penggunaan ATM tentunya sudah dicermati oleh para nasabah dimana diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko akan berdampak positif pada minat nasabah yang sudah memakai maupun yang belum dalam hal penggunaan teknologi ATM. Dari risiko-risiko tersebut dapat pula mempengaruhi apakah nasabah berminat terhadap ATM atau tidak.

Hipotesis yang diuji adalah :

H₃= Ada pengaruh signifikan antara risiko terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

Pengaruh fitur layanan terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

Fitur layanan merupakan salah satu jenis penerapan konsep promosi untuk menarik minat konsumen terhadap suatu produk. Apabila fitur layanan baik dan terjamin tentunya konsumen akan tertarik pada suatu produk tersebut. ATM sendiri merupakan salah satu teknologi yang diterapkan oleh bank guna menarik minat konsumen. Dari fitur layanan yang ada pada ATM tersebut bisa saja menarik minat nasabah ataupun menolaknya. Kepercayaan konsumen terhadap suatu produsen bisa timbul dari fasilitas kelengkapan fitur layanan yang diterapkan.

Hipotesis yang diuji adalah :

H₄= Ada pengaruh signifikan antara fitur layanan terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM

Pengaruh persepsi pengguna teknologi informasi terhadap penggunaan ATM

Penggunaan ATM dari sudut pandang persepsi pengguna teknologi informasi dapat diartikan sebagai pandangan nasabah akan adanya suatu teknologi atau gambaran akan keberadaan teknologi ATM. Penerapan teknologi ATM akan memberikan persepsi tersendiri pada setiap nasabah yang baru menggunakan ATM. Harapan dari penerapan teknologi ATM tersebut, tentunya akan mampu memberikan suatu kemudahan bagi

nasabah dalam melakukan transaksinya. Cara pandang akan teknologi dari para nasabah yang berbeda-beda inilah yang akan memberikan suatu permasalahan tersendiri. Teknologi yang bisa dibilang masih baru bagi para nasabah akan memunculkan persepsi apakah dengan adanya teknologi ATM tersebut nasabah akan tertarik menggunakan ATM. Sehingga untuk selanjutnya dari persepsi teknologi tersebut akan diketahui cara pandang penggunaan ATM pada nasabah apakah akan meningkat atau bahkan nasabah enggan menggunakannya.

Hipotesis yang diuji adalah :

H₅= Ada pengaruh signifikan antara persepsi pengguna teknologi informasi terhadap penggunaan ATM

Pengaruh kemudahan terhadap penggunaan ATM

Kemudahan memberikan pertimbangan tersendiri bagi para nasabah dalam menerima fitur baru pada bank. ATM yang bisa dibilang masih awam oleh nasabah akan memberikan suatu gambaran oleh nasabah apakah ATM mudah digunakan ataupun nasabah merasa kesulitan. Dengan pertimbangan nasabah yang berada di daerah pedesaan yang sudah terbiasa melakukan transaksi secara manual, ATM diharapkan memberikan kemudahan bagi nasabah baik cara menggunakannya maupun manfaat. Sehingga memberikan indikasi bahwa menggunakan ATM akan memberi banyak manfaat bagi nasabah dibandingkan dengan yang tidak menggunakan (secara manual).

Hipotesis yang diuji adalah :

H₆= Ada pengaruh signifikan antara kemudahan dalam menggunakan ATM terhadap penggunaan ATM

Pengaruh risiko terhadap penggunaan ATM

Nasabah yang baru mengetahui teknologi ATM tentunya memiliki pertimbangan-pertimbangan sendiri dalam melihat teknologi baru tersebut. Faktor risiko pastinya diperhatikan juga, mengingat secanggih apapun suatu teknologi pasti ada risiko-risiko yang akan dihadapi baik itu dampak positif ataupun dampak negatif. Risiko disini kaitannya dengan penggunaan ATM memungkinkan munculnya pandangan nasabah akan munculnya dampak negatif dari teknologi ATM tersebut. Dari cara pandang seperti inilah memunculkan spekulasi bagi pengguna ATM yang beranggapan bahwa ATM memiliki risiko ataupun tidak.

Hipotesis yang diuji adalah :

H₇= Ada pengaruh signifikan antara risiko dalam menggunakan ATM terhadap penggunaan ATM

Pengaruh fitur layanan terhadap penggunaan ATM

Suatu teknologi yang mengedepankan prinsip keunggulan produknya pasti memiliki ciri khusus yang menjadi andalan pada suatu teknologi tersebut. Teknologi ATM tentunya juga memberikan suatu fitur-fitur yang dapat memberikan manfaat dan kemudahan bagi nasabahnya. Semakin memberikan manfaat dan mudah di mengerti, tentunya akan menjadi faktor tersendiri untuk menarik nasabah agar menggunakan ATM. Penggunaan ATM oleh nasabah yang baru, tentunya memperhatikan hal

ini. Mengingat mereka para nasabah sudah terbiasa melakukan transaksi secara manual yang tiba-tiba diberlakukan sistem baru dalam bertransaksi.

Fitur layanan yang mudah dimengerti oleh nasabah akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi para nasabah untuk menggunakan ATM.

Hipotesis yang diuji adalah :

H₈= Ada pengaruh signifikan antara fitur layanan terhadap penggunaan ATM

Pengaruh minat nasabah bank dalam menggunakan ATM terhadap penggunaan ATM

Indikator penggunaan ATM merupakan si *user* dari ATM yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar minat nasabah dalam menggunakan teknologi ATM. Nasabah yang sudah memakai ATM tentunya sudah mengetahui seperti apa kelebihan atau kekurangannya sehingga dapat diketahui tingkat penerimaan akan teknologi tersebut sehingga dari penggunaan ATM akan diketahui seperti bagaimana minat nasabah terhadap ATM.

Hipotesis yang diuji adalah :

H₉= Ada pengaruh signifikan antara minat nasabah bank dalam menggunakan ATM terhadap penggunaan ATM

Pengaruh persepsi pengguna teknologi informasi terhadap penggunaan ATM melalui minat

Persepsi teknologi informasi dapat diartikan sebagai pandangan nasabah akan adanya suatu teknologi atau gambaran akan keberadaan

teknologi ATM. Penggunaan ATM oleh nasabah yang baru tentunya akan memberikan kesimpulan cara pandang yang berbeda tentang seperti apakah teknologi ATM tersebut. Berkaitan dengan minat, persepsi teknologi ATM oleh nasabah akan memberi gambaran bagi nasabah tentang seperti bagaimana teknologi ATM tersebut. Bagi nasabah yang baru menggunakan teknologi ATM ini tentunya sangat memperhatikan akan gambaran teknologi yang menurutnya masih baru. Sehingga untuk selanjutnya dari persepsi teknologi tersebut akan memunculkan rasa ketertarikan ataupun tidak dari penerapan teknologi ATM tersebut.

Hipotesis yang diuji adalah :

H_{10} = Ada pengaruh signifikan antara persepsi pengguna teknologi informasi terhadap penggunaan ATM melalui minat

Pengaruh kemudahan terhadap penggunaan ATM melalui minat

Penggunaan ATM yang merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi, diharapkan akan memberikan manfaat bagi para nasabah. Salah satu alasan suatu teknologi akan diterima adalah jika teknologi tersebut mudah dipakai oleh penggunanya. Begitu juga ATM, para nasabah akan menerima jika ATM mudah digunakan oleh para nasabah. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan ATM akan lebih mudah dibandingkan dengan yang tidak menggunakan (secara manual). Kaitannya dengan minat nasabah bank, bahwa unsur kemudahan dalam menggunakan ATM bisa saja

menarik minat nasabah bank ataupun bisa dimungkinkan ada yang menolak.

Hipotesis yang diuji adalah :

H₁₁= Ada pengaruh signifikan antara kemudahan dalam menggunakan ATM terhadap penggunaan ATM melalui minat Pengaruh risiko terhadap penggunaan ATM melalui minat

Penggunaan teknologi kemungkinan kecil pasti memiliki risiko yang bisa merugikan penggunanya. Teknologi yang terbilang baru bagi nasabah yaitu ATM, akan memberikan tanggapan-tanggapan yang berbeda bagi setiap nasabah. Pola pikir masyarakat desa yang sudah terbiasa melakukan transaksi secara manual, mungkin memberikan pertimbangan sendiri bagi para nasabah tersebut untuk menggunakan ATM. Risiko merupakan salah satu bentuk pertimbangan yang sering muncul bagi pengguna suatu teknologi. Hal tersebut tentunya menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi seperti apakah minat pengguna ATM terhadap penerapan teknologi ATM tersebut.

Hipotesis yang diuji adalah :

H₁₂= Ada pengaruh signifikan antara risiko dalam menggunakan ATM terhadap penggunaan ATM melalui minat

Pengaruh fitur layanan terhadap penggunaan ATM melalui minat

Fitur layanan yang diterapkan pada suatu teknologi diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi penggunanya. Fitur layanan yang mudah dimengerti oleh penggunanya dimungkinkan teknologi tersebut mampu

menarik minat pengguna. Begitu juga dengan teknologi ATM, mengingat teknologi ATM yang masih terbilang baru bagi para nasabah. Hal ini tentunya menjadi salah satu faktor penting untuk menarik minat nasabah untuk mempertimbangkan menggunakan ATM atau tidak. Tentunya dari berbagai pendapat para nasabah itulah akan memunculkan spekulasi mengenai seberapa besar fitur layanan berpengaruh terhadap penggunaan dengan melihat minat dari nasabah tersebut.

Hipotesis yang diuji adalah :

H_{13} = Ada pengaruh signifikan antara fitur layanan terhadap penggunaan ATM melalui minat

