

**MEMAHAMI PENGARUH MODERASI KARAKTERISTIK KONSUMEN  
DAN FAKTOR SITUASIONAL DALAM PEMBENTUKAN SIKAP DAN  
NIAT TERHADAP PENGGUNAAN TEKNOLOGI SWA LAYAN**

**(Penelitian Mengenai Teknologi Swa Layan ATM pada Bank BRI)**

**TESIS**



Diajukan Kepada

Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Magister Manajemen

Oleh

**Titi Rahayu Prasetiani**

**P. 100020066**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2011**

## **PERNYATAAN KEASLIAN TESIS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Titi Rahayu Prasetiani  
NIM : P.100020066  
Program Studi : Magister Manajemen  
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Tesis : MEMAHAMI PENGARUH MODERASI  
KARAKTERISTIK KONSUMEN DAN  
FAKTOR SITUASIONAL DALAM PEMBENTUKAN  
SIKAP DAN NIAT TERHADAP PENGGUNAAN  
TEKNOLOGI SWA LAYAN  
( Penelitian Mengenai Teknologi Swa Layan ATM  
pada Bank BRI )

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tesis yang saya serahkan ini benar – benar karya sendiri, kecuali kutipan – kutipan dan ringkasan yang semuanya sudah dijelaskan sumbernya. Demikian pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari ternyata pernyataan ini salah, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Surakarta, Desember 2011

Yang membuat Pernyataan,

Titi Rahayu Prasetiani

## **MOTTO**

”Ini semua adalah tentang belajar memberi kesempatan,  
kepada saya, juga kepada yang lainnya”

*~ Just give me a chance ~*

## **PERSEMBAHAN**

*~ Bapak, Ibu, Suami dan keluargaku  
tercinta ~*

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi swa layan telah memberikan dampak yang besar dalam dunia perbankan, contohnya adalah ATM yang muncul sebagai pilihan alternatif pelayanan dari teller bank. Permasalahannya adalah beberapa individual (nasabah) mau mengadopsi teknologi, sementara yang lain tidak, sehingga penting untuk melihat dasar terbentuknya sikap dan niat pelanggan untuk menggunakan teknologi swa layan seperti ATM. Perumusan masalah penelitian ini adalah untuk melihat dasar pembentukan sikap nasabah terhadap teknologi swa layan ATM yang diharapkan akan mengarah pada pembentukan niat mereka untuk menggunakannya, melalui evaluasi atas komponen ekspektasi nilai pelanggan terhadap teknologi tersebut dan adanya efek moderasi yang ditimbulkan oleh karakteristik konsumen dan faktor situasional yang mereka alami.

Penelitian ini merupakan studi kasus pada nasabah Bank BRI dengan jumlah responden sebanyak 300 orang. Pengujian model struktural untuk menjawab hipotesis penelitian dilakukan menggunakan analisis statistik non parametric dalam SEM (*Structural Equation Model*) yaitu menggunakan program PLS (*Partial Least Square*)

Dari pengujian dan analisis data diperoleh hasil bahwa semua variabel ekspektasi nilai pelanggan yaitu kemudahan penggunaan, kinerja dan kecerian berpengaruh signifikan positif terhadap sikap nasabah dalam penggunaan ATM. Sementara elemen atau variabel karakteristik pelanggan dan faktor situasional secara parsial tidak semuanya berpengaruh atau dapat memoderasi hubungan antara ekspektasi pelanggan dan sikap serta niat dalam penggunaan teknologi swa layan ATM.

Kata kunci : Ekspektasi nilai pelanggan, karakteristik konsumen, faktor situasional, Sikap, Intensi, Teknologi swa layan, ATM.

## **ABSTRACT**

*The growth in service delivery options based on technology has been remarkable, including in banking services for example by using ATM (Automated Teller Machine) as an alternative choice of service of bank tellers. The problem is some individuals want to adopt self service technology (SST) while some others do not want. Therefore it is important to understand the processes underlying consumer attitude and how consumer make choices, because it is important to describing and predicting consumer behavior to use self service technology. This research investigates the core attitudinal model that is the processes underlying consumer attitude about SST in ATM services, and investigates how attitude can influences consumer intention to use that technology. The accelerating growth in SST today is also giving rise to questions about the acceptance of such form of service delivery by all kind of consumers and under different situational context.*

*This is case study at Bank BRI which total respondents were 300 customers. All data was analyzed using statistic non parametric program with applicable for Structural Equation Model (SEM), that is Partial Least Square (PLS).*

*The measurement result show that consumer attitude about ATM were affected by all of variables of consumer's expectancy value component (ease of use, performance and fun). But not all of variables of personality traits component can moderate the relationships between consumer's expectancy value component and consumer attitude about ATM. The respondents perceived that situational factors can not moderate in the relationship between consumer attitude and consumer's intention to use that technology.*

*Key words : Consumer's expectancy, Personality traits, Situational factors, Consumer attitude, Consumer's intention, Technology Based Self Service, ATM.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, syukur Allah SWT yang telah memberikan nikmat, kesehatan, kesempatan dan kelancaran sehingga tesis yang berjudul **Memahami Pengaruh Moderasi Karakteristik Konsumen dan Faktor Situasional Dalam Pembentukan Sikap dan Niat Terhadap Penggunaan Teknologi Swa Layan ( Penelitian Mengenai Teknologi Swa Layan ATM pada Bank BRI )** dapat terselesaikan.

Terima kasih yang besar penulis haturkan kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Setiadji, Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar pada Program Pascasarjana.
2. Prof. Dr. Khudzaifah Dimiyati, S.H., M.Hum., Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan fasilitas belajar sehingga terselesaikannya tesis ini .
3. Dr. Ir. Didik Purwadi, M.Ec., selaku Pembimbing Utama, atas kesabaran, bimbingan, dorongan dan motivasi demi terselesaikannya tesis ini dengan baik. Sungguh merupakan waktu yang berharga selama proses bimbingan ini berlangsung.
4. Drs. Ahmad Mardalis, MBA., selaku Pembimbing Pendamping I yang telah banyak memberikan bimbingan, nasehat, masukan serta arahan yang ditujukan bagi perbaikan dan terselesaikannya tesis ini.

5. Dra. Rina Trisnawati, M.Si., Ph.D., selaku Penguji pada Sidang Ujian Tesis yang telah memberikan nasehat – nasehat yang berarti serta kritik yang membangun sebagai masukan demi perbaikan tesis ini.
6. Bapak Ibu Dosen Pascasarjana Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu selama penulis belajar di kampus sampai terselesaikannya tesis ini.
7. Manajemen dan rekan – rekan di BRI Kantor Cabang Pekalongan, khususnya di BRI Unit Kraton yang selalu memberikan kesempatan belajar dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini

Rasa terima kasih tak terhingga kepada kedua orang tua, suami dan keluarga kecil "Dhe Mbonk" yang telah begitu tulus mendoakan, memberikan kepercayaan dan dukungan dalam setiap langkah yang saya ambil. Dukungan dan doa kalian membuat langkah ini terasa ringan dan dimudahkan dalam setiap urusan. *Also say thanks to my partner, for being not only an advisor but also my motivator and inspirator*, terima kasih pembelajaran dan *sharingnya* sehingga saya dapat menatap masa depan dengan lebih optimis dan selalu semangat.

Semoga karya kecil ini dapat bermanfaat bagi kita semua, terima kasih.

Surakarta, 2011

Penulis,

Titi Rahayu Prasetiani



## DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL .....	i
PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
DAFTAR PUSTAKA .....	xviii
 <b>Bab I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
D. Sistematis Penulisan Tesis .....	7
 <b>Bab II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Teknologi .....	9
B. Kemajuan Teknologi .....	10
C. Peran dan Kedudukan Teknologi dalam Bisnis Jasa .....	11
D. Adopsi Teknologi .....	14
E. Teknologi Swa Layan .....	20

F. ATM.....	26
G. Karakteristik Konsumen.....	29
H. Perbedaan Karakteristik Personalitas Terhadap Teknologi Swa Layan .....	32
I. Faktor Situasional.....	37
J. Keterlibatan Pelanggan .....	38
K. Sikap Pelanggan .....	41
L. Sikap dan Ekspektasi Nilai Pelanggan Terhadap Teknologi Swa Layan .....	43
M. Karakteristik Personalitas, Faktor Situasi dan Sikap Terhadap Teknologi Swa Layan .....	45
N. <i>Behavioral Intention</i> Terhadap Teknologi Swa Layan .	46
O. Karakteristik Personalitas, Faktor Situasional dan Intensi Terhadap Penggunaan Teknologi Swa Layan .....	47
P. Rerangka Konseptual .....	49
Q. Hipotesis Penelitian.....	60
<b>Bab III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	62
B. Metode Pengumpulan Data .....	65
C. Instrumen Penelitian.....	66
D. Definisi Operasional Variabel.....	69
E. Teknik Pengolahan Data dan Analisa Data.....	79
<b>Bab IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Profil Perusahaan.....	87
B. Karakteristik Data Responden.....	88

C. Analisis Konfirmatori Faktor .....	94
D. Uji Hipotesis Model Struktural .....	118
E. Pembahasan .....	127
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	136
B. Saran – Saran.....	140
DAFTAR PUSTAKA .....	144
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Triangle Model and Phyramida Model</i> .....	14
Gambar 2.2 <i>Technology Acceptance Model</i> .....	19
Gambar 2.3 Elemen Bauran Pemasaran.....	23
Gambar 2.4 Karakteristik Pelanggan dalam niatan untuk .....	
menggunakan model efek .....	32
Gambar 2.5 <i>Modified Attitude Model</i> .....	44
Gambar 2.6 <i>An Attitudinal Model of Technology Based Self Service</i> <i>(TBSS) ; Moderating Effect of Consumer Traits and</i> <i>Situational Factors</i> .....	49
Gambar 2.7 Rerangka Konseptual Penelitian .....	50
Gambar 3.1 Model Pengukuran Kemudahan Penggunaan .....	72
Gambar 3.2 Model Pengukuran Kinerja .....	73
Gambar 3.3 Model Pengukuran Keceriaan .....	74
Gambar 3.4 Model Pengukuran Percaya Diri .....	74
Gambar 3.5 Model Pengukuran Keinginan Mencari Sesuatu yang Baru	75
Gambar 3.6 Model Pengukuran Kebutuhan untuk Berinteraksi .....	76
Gambar 3.7 Model Pengukuran Kesadaran Diri .....	76
Gambar 3.8 Model Pengukuran Persepsi terhadap Faktor Situasional	77
Gambar 3.9 Model Pengukuran Sikap .....	78
Gambar 3.10 Model Pengukuran Niat .....	78

Gambar 4.1	Model Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) .....	96
Gambar 4.2	Model Penelitian pada Tahap Awal (Model I).....	118
Gambar 4.3	Hubungan Moderasi Tahap I.....	120
Gambar 4.4	Hubungan Moderasi Tahap II .....	121
Gambar 4.5	Hubungan Moderasi Tahap III.....	121
Gambar 4.6	Hubungan Moderasi Tahap IV.....	122
Gambar 4.7	Hubungan Moderasi Tahap V .....	122

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 <i>Categories and Examples of Self Service Technology in Use</i>	21
Tabel 2.2 Hipotesis Penelitian .....	61
Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	85
Tabel 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden .....	88
Tabel 4.2 Distribusi Usia Responden .....	89
Tabel 4.3 Distribusi Pekerjaan Responden .....	90
Tabel 4.4 Distribusi Pendapatan Responden .....	91
Tabel 4.5 Distribusi Lamanya Menjadi Nasabah BRI.....	92
Tabel 4.6 Distribusi Pendidikan Terakhir Responden .....	93
Tabel 4.7 Distribusi Jenis Kartu ATM yang Dimiliki Responden .....	94
Tabel 4.8 Validitas Konvergen Variabel <i>Ease of Use</i> .....	97
Tabel 4.9 Validitas Konvergen Variabel <i>Performance</i> .....	98
Tabel 4.10 Validitas Konvergen Variabel <i>Fun</i> .....	99
Tabel 4.11 Validitas Konvergen Variabel Sikap .....	100
Tabel 4.12 Validitas Konvergen Variabel Niat .....	101
Tabel 4.13 Validitas Konvergen Variabel Percaya Diri .....	102
Tabel 4.14 Validitas Konvergen Variabel <i>Novelty</i> .....	103
Tabel 4.15 Validitas Konvergen Variabel <i>Interaction</i> .....	104
Tabel 4.16 Validitas Konvergen Variabel Sadar Diri.....	105
Tabel 4.17 Validitas Konvergen Variabel Situasi .....	106

Tabel 4.18 Hasil Pengujian Reliabilitas Konstruk Variabel .....	108
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas Data .....	110
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Outlier .....	112
Tabel 4.21 Evaluasi <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	115
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis.....	119
Tabel 4.23 Rangkuman Hasil Pengujian Moderasi Model.....	123
Tabel 2.24 Hasil Pengujian Hipotesis.....	127

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Daftar Pertanyaan Kuesioner Penelitian.....
Lampiran II	Data Penelitian.....
Lampiran III	Karakteristik Responden.....
Lampiran IV	Uji Validitas dan Reliabilitas.....
Lampiran V	Hasil Olah Data dengan VPLS .....