

ANALISIS PROSES PENERIMAAN SISTEM INFORMASI iCons DENGAN MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL PADA KARYAWAN PT.BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK. DI KOTA SEMARANG

Shinta Eka Kartika

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram

Email: *shintaekakartika@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini termotivasi untuk menganalisis penerimaan Sistem Informasi iCons pada karyawan PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. di Kota Semarang dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penggunaan model TAM didasarkan pada kenyataan bahwa sejauh ini TAM merupakan sebuah konsep yang dianggap paling baik dalam menjelaskan perilaku *user* terhadap sistem teknologi informasi baru. Untuk membuktikan secara empiris perilaku user atas perubahan Sistem BOSS ke Sistem iCons di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kota Semarang. Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk yang ada di kota Semarang. Penentuan sampel dilakukan dengan *proportional sampling* yaitu metode pengambilan sampel secara proporsional berdasarkan sub populasi. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *proportional sampling* dilakukan karena populasi dalam penelitian ini menyebar di kantor-kantor cabang di seluruh Semarang yang meliputi Kantor Wilayah 05, Cabang Semarang, Cabang Karangayu dan Cabang Undip. Analisis data dilakukan dengan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan software AMOS (*Analysis of Moment Structure*). Hasil penelitian ini membuktikan hanya 8 hipotesis diterima dari total 16 hipotesis yang diajukan. Hanya pada hubungan berikut yang terbukti signifikan: a) identification dengan perceived ease of use, b) compliance dengan perceived ease of use, c) self efficacy dengan perceived ease of use, d) self efficacy dengan perceived usefulness, e) identification dengan perceived usefulness, f) identification dengan perceived attitude, g) compliance dengan attitude, h) perceived usefulness dengan attitude. Hal ini membuktikan bahwa proses transisi perubahan sistem BOSS ke sistem iCons tidak sepenuhnya dapat dijelaskan oleh *Technology Acceptance Model*.

Kata kunci: BOSS, iCONS, *identification*, *compliance*, *self efficacy*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude*

PENDAHULUAN

Bank BNI melakukan perubahan sistem teknologi informasi dari BOSS ke iCons. Sistem iCons dapat menyediakan informasi akuntansi berbasis komputer yang bertujuan memberikan kemudahan bagi para akuntan. Sistem iCons memberikan kemudahan-kemudahan bagi nasabah untuk bisa mengakses layanan Bank BNI dari mana saja dan kapan saja. Penerapan sistem iCons pada Bank BNI memotong biaya dan memperbaiki kualitas layanan.

Dengan menggunakan sistem iCons kebutuhan akan *update* data cukup dilakukan secara terpusat. Namun, pergantian sistem ini memberikan dampak negatif yaitu munculnya kebingungan karyawan pada proses adaptasi dari penggunaan sistem BOSS ke sistem iCons yang mempengaruhi penerimaan karyawan terhadap sistem baru.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penerimaan sistem iCons pada karyawan PT. Bank BNI di kota Semarang dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan model yang dianggap paling tepat secara teoretis dan praktis dalam menjelaskan bagaimana *user* menerima sebuah sistem. Selain menggunakan variabel-variabel TAM, penelitian ini juga mengajukan *self efficacy* dan *commitment to use* dalam menjelaskan proses penerimaan sistem iCons.

Persepsi mengenai karakteristik teknologi berbeda-beda antar satu individu dengan individu lainnya.

Model TAM sebagaimana diajukan oleh Davis *et.al* (1989) dan *Theory of Reasoned Action Model* (TRA) sebagaimana diajukan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) telah mendominasi literatur-literatur sistem informasi. Penerimaan pemakai terhadap sistem teknologi informasi

dapat didefinisikan sebagai kemauan yang nampak didalam kelompok pengguna untuk menerapkan sistem teknologi informasi tersebut dalam pekerjaannya.

TAM merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action Model (TRA)* yang secara khusus telah disesuaikan dengan model penerimaan sistem informasi oleh pengguna/user (Davis et al., 1989). TAM menjelaskan hubungan antara keyakinan/beliefs (*usefulness* dan *ease of use*) dengan sikap/*attitude*, tujuan/*intentions* pemakai, serta penggunaan nyata dari sistem. TAM memiliki dua sisi yaitu sisi pertama atau yang biasa disebut *beliefs* yang terdiri atas *perceived usefulness* dan *perceived ease-of use* dan sisi yang kedua terdiri dari *attitude, behavior intention to use* dan *usage behavior* (Straub, Limayen, Evaristo, 1995 dalam Petra, 2005).

Penelitian ini penting dilakukan mengingat perubahan sistem BOSS ke sistem iCons memerlukan proses transisi, yang bagi beberapa karyawan menimbulkan konflik dalam proses adaptasi. Fakta ini didukung oleh penelitian Sun dan Zhang (2007) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use (PEOU)* berkorelasi dengan *perceived enjoyment (PE)*.

TINJAUAN PUSTAKA

Penerimaan Pemakai Terhadap Sistem Teknologi Informasi

Persepsi mengenai karakteristik teknologi berbeda-beda antar satu individu dengan individu lainnya. Penerimaan pemakai terhadap sistem teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai kemauan yang nampak didalam kelompok pengguna untuk menerapkan sistem teknologi informasi tersebut dalam pekerjaannya. Semakin menerima sistem teknologi informasi yang baru, semakin besar kemauan pemakai untuk merubah praktek yang sudah ada dalam penggunaan waktu serta usaha untuk memulai secara nyata pada sistem teknologi informasi yang baru (Succi and Walter, 1999 dalam Pikkarainen et al., 2003).

Penerimaan pemakai terhadap sistem teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai kemauan yang nampak didalam kelompok pengguna untuk menerapkan sistem teknologi informasi tersebut dalam pekerjaannya. Semakin menerima sistem teknologi informasi yang baru, semakin besar kemauan pemakai untuk merubah praktek yang sudah ada dalam penggunaan waktu serta usaha untuk memulai secara nyata pada sistem teknologi informasi yang baru (Succi and Walter, 1999 dalam Pikkarainen et al., 2003). Tetapi jika pemakai tidak mau menerima sistem teknologi informasi yang baru, maka perubahan sistem tersebut menyebabkan tidak memberikan keuntungan yang banyak bagi organisasi/perusahaan (Davis, 1989; Venkatesh and Davis, 1996 dalam Pikkarainen et al., 2003). Ada lima karakteristik dalam penerimaan teknologi yaitu: a) keuntungan relatif/*relative advantage* (teknologi menawarkan perbaikan), b) kesesuaian/*compatibility* (konsisten dengan praktek sosial dan norma yang ada pada pemakai teknologi), c) *Complexity* (kemudahan untuk menggunakan atau mempelajari teknologi), d) *Trialability* (kesempatan untuk melakukan inovasi sebelum menggunakan teknologi itu), dan e) *Observability* (keuntungan teknologi bisa dilihat secara jelas).

Technology Acceptance Model (TAM)

TAM merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action Model (TRA)* yang telah disesuaikan dengan model penerimaan sistem informasi oleh pengguna/user (Davis et al., 1989). TAM memiliki dua sisi yaitu sisi *beliefs* yang terdiri atas *perceived usefulness* dan *perceived ease-of use* dan sisi yang kedua terdiri dari *attitude, behavior intention to use* dan *usage behavior* (Straub, Limayen, Evaristo, 1995 dalam Petra, 2005).

TAM menjelaskan hubungan antara keyakinan/beliefs (*usefulness* dan *ease of use*) dengan sikap/*attitude*, tujuan/*intentions* pemakai, serta penggunaan nyata dari sistem. *Perceived usefulness* didefinisikan oleh Davis et al (1989) sebagai suatu tingkat dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem secara khusus akan meningkatkan kinerjanya. Sedangkan *perceived ease of use* didefinisikan sebagai suatu tingkat dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem secara khusus akan mengarah pada suatu usaha.

Theory of Reasoned Action (TRA)

TRA adalah model yang secara umum menjelaskan dan memprediksi tujuan perilaku/*behavioral intentions* pada berbagai *setting*. Ada tiga komponen dalam model ini yaitu *behavioral intention (BI)*, *attitude (A)*, and *subjective norm (SN)*, $BI = A + SN$ (Fishbein & Ajzen, 1975 dalam Leong, 2003). *Behavioral intention* mengukur kekuatan tujuan untuk melakukan tindakan tertentu. *Attitude* menggambarkan perasaan positif

atau negatif individu (menilai dampak/*evaluative affect*) tentang kinerja dari target suatu tindakan. *Subjective norm* mengarah pada persepsi seseorang tentang kebanyakan orang yang akan bertanya mengenai apakah dia harus atau tidak melakukan tindakan tersebut (Fishbein & Ajzen, 1975, dalam Leong, 2003).

Model Sikap Bentler dan Speckart

Model Bentler dan Speckart menunjukkan bahwa niat selain dipengaruhi oleh faktor sikap dan norma subyektif juga dipengaruhi oleh faktor perilaku sebelumnya. Bentler dan Speckart setuju dengan pendapat Fishbein-Ajzen yang menyimpulkan bahwa sikap seseorang terhadap suatu perilaku dapat diperkirakan dengan mengalikan evaluasi dari masing-masing konsekuensi perilaku dengan probabilitas subyektif untuk melakukan perilaku yang akan menunjukkan konsekuensi tersebut dan kemudian menjumlahkan keseluruhan hasil perkalian yang diperoleh.

Norma subyektif menurut Bentler dan Speckart adalah suatu pengukuran pengaruh lingkungan sosial dalam berperilaku. Bentler dan Speckart menunjukkan bahwa perilaku sebelumnya dapat mempunyai pengaruh langsung pada niat dan perilaku berikutnya. Kesimpulan dari Model Bentler dan Speckart ini secara langsung menolak asumsi dasar dari teori *Reasoned Action* yaitu bahwa pengaruh dari sikap terhadap perilaku ditengah oleh niat.

Teori Self-Efficacy

Self-Efficacy menurut Bandura (1977) dalam Kulviwat, *etal.*, (2005) adalah penilaian seseorang terhadap kemampuannya sendiri untuk mengorganisasi dan memutuskan tindakan yang diperlukan dari suatu keadaan untuk mencapai kinerja tertentu. *Self-Efficacy* terkait dengan pertimbangan tentang apa yang bisa dilakukan terkait dengan ketrampilan/skill yang dimilikinya. Sumber utama dari *Self-Efficacy* adalah persepsi dan interpretasi secara fisik dan emosi. Menurut Davis (1989) *perceived ease* merupakan variabel perluasan dari *self efficacy* yang diteorikan sebagai determinan dari perilaku.

Teori Pengaruh Social Influence Theory

Malhotra, dan Galletta (1999) memperluas TAM dengan memasukkan faktor pengaruh sosial. Pengaruh sosial diukur dengan *internalization, identification dan compliance*. Malhotra, dan Galletta (2005) melakukan penelitian penerimaan sistem informasi dalam suatu organisasi dengan menggunakan model TAM yang memasukkan faktor pengaruh sosial. Pengaruh sosial diukur dengan *internalization, identification dan compliance*. *Affective commitment (identification and internalization)* berpengaruh secara positif terhadap *perceived usefulness and ease of use* melalui pengadopsian dan perluasan penggunaan sistem informasi. *Affective commitment* juga berpengaruh positif terhadap *user attitude*. Hal yang berlawanan ditemukan pada *continuance commitment (compliance)* yang mempunyai dampak negatif terhadap *perceived usefulness and ease of use*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatori dengan menggunakan pendekatan metode survey. Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Bank BNI yang ada di kota Semarang. Penentuan sampel menggunakan metode *proportional sampling*. Jumlah populasi adalah sebanyak 450 dan sampel sebanyak 212.

Variabel independen penelitian ini adalah *self- efficacy, perceived ease of use, perceived usefulness, attitude, behavioral intention to use*. Sedangkan variabel independen adalah *commitment to system use*. Instrumen penelitian ini berupa kuesioner skala Likert 1 sampai 5.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan software AMOS (*Analysis of Moment Structure*). Penggunaan SEM dalam penelitian ini didasarkan pada struktur hubungan antar variabel dalam TAM yang kompleks.

Tabel 1. Goodness of Fit Index

Goodness of Fit Index	Cut of Value
X ² Chi Square Statistics	Diharapkan kecil
Significance probability	≥0,05

CMIN/DF	≤2,00
GFI	≥0,90
AGFI	≥0,90
TLI	≥0,95
CFI	≥0,95
RMSEA	≤0,08

Sumber : Ferdinand, 2002

Pengujian dan pembuktian hipotesis mengacu pada Critical Ratio (CR) dan koefisien path sehingga dapat diketahui hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Apabila nilai CR >± 1,96 maka hipotesis diterima dan apabila nilai CR <± 1,96 maka hipotesis ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi atas Asumsi-Asumsi SEM

Jumlah responden sebanyak 212 telah memenuhi asumsi yang diperlukan dalam SEM. Nilai standarisasi digunakan untuk mengetahui apakah sebuah jawaban memiliki distribusi normal. Hasil analisis *outlier univariate* menunjukkan tidak ada nilai Z-score yang lebih besar ±4,0. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi outlier univariate pada data penelitian ini. Pengujian normalitas dilakukan dengan mengamati nilai skewness, menunjukkan masih terdapat nilai CR yang lebih besar dari ±2,58, yang mengindikasikan bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal sempurna, sehingga digunakan metode *General Least Square*.

Dari hasil di atas diketahui bahwa *determinant of sample covariance matrix* = 1.7546e-015 tidak sama dengan 0. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terbebas dari multikolinieritas dan singularitas.

Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*)

Hasil analisis faktor konfirmatori untuk variabel *self-efficacy* yaitu nilai CR di atas 2,0 dengan nilai probabilitas yang bernilai 0 atau < 0,05. Dengan demikian disimpulkan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel *self efficacy* merupakan dimensi yang tepat dari faktor laten variabel *self efficacy*.

Untuk variabel *perceived usefulness* diperoleh nilai CR di atas 2,0 dengan nilai probabilitas yang bernilai 0 atau < 0,05. Dengan demikian disimpulkan bahwa variabel-variabel pembentuk tersebut merupakan dimensi dari faktor laten *perceived usefulness*.

Model confirmatory analisis untuk variabel *Perceived Ease of Use*. Nilai 0,96 pada indikator nomor 10 dengan nilai CR sebesar 13.611 mengindikasikan bahwa indikator yang bersangkutan merupakan variabel yang tepat pembentuk dimensi *Perceived Ease of Use*. Berdasarkan hasil pengolahan data di atas didapatkan hasil yang baik, yaitu nilai CR semua variabel adalah lebih besar dari 2,0 dengan nilai probabilitas yang bernilai 0 atau < 0,05. Dengan demikian disimpulkan bahwa variabel-variabel pembentuk tersebut merupakan dimensi dari faktor laten *Perceived Ease of Use*.

Untuk variabel laten *Internalisation* diperoleh nilai CR sebesar 0,81 pada indikator x24 menunjukkan bahwa indikator yang tersebut tidak memiliki hubungan yang kuat dengan variabel internalisasi. Berdasarkan hasil pengolahan data di atas didapatkan hasil yang baik, yaitu nilai CR di atas 2,0 dengan nilai probabilitas yang bernilai 0 atau < 0,05. Dengan demikian disimpulkan bahwa variabel-variabel pembentuk tersebut merupakan dimensi dari faktor laten *Internalisation*.

Hasil *factor confirmatory analysis*, nilai estimasi sebesar 0,83 pada indikator X27 dan nilai CR sebesar 12,198 pada hubungan X27 dengan variabel *identification* yang menunjukkan bahwa indikator nomor 27 tepat memprediksi variabel *identification*. Secara umum diketahui bahwa dari

hasil pengolahan data didapatkan hasil yang baik, yaitu nilai CR di atas 2,0 dengan nilai probabilitas yang bernilai 0 atau $< 0,05$. Dengan demikian disimpulkan bahwa variabel-variabel pembentuk tersebut merupakan dimensi dari faktor laten *Identification*.

Hasil analisis *confirmatory* variabel *compliance* nilai 0,887 pada hubungan X33 dengan variabel *compliance* dengan nilai CR sebesar 11,455 (lebih besar dari 2) mengindikasikan bahwa indikator nomor 33 tepat sebagai pengukur variabel *compliance*. Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan hasil yang baik, yaitu nilai CR di atas 2,0 dengan nilai probabilitas yang bernilai 0 atau $< 0,05$. Dengan demikian disimpulkan bahwa variabel-variabel pembentuk tersebut merupakan dimensi dari faktor laten *Compliance*.

Hasil analisis *confirmatory* variabel *attitude* yang terdiri dari 4 indikator X16 sampai dengan X19. Nilai CR lebih dari 2 pada masing-masing indikator mengindikasikan bahwa indikator-indikator dalam instrumen *attitude* tepat mengukur variabel *attitude*. Dengan demikian disimpulkan bahwa variabel-variabel pembentuk tersebut merupakan dimensi dari faktor laten *Attitude*.

Hasil analisis CFA variabel *behavioral intention to use system* Variabel tersebut terdiri dari 4 indikator yaitu X21 sampai dengan X23. Berdasarkan hasil pengolahan data di atas didapatkan hasil yang baik, yaitu nilai CR di atas 2,0 dengan nilai probabilitas yang bernilai 0 atau $< 0,05$. Dengan demikian disimpulkan bahwa variabel-variabel pembentuk tersebut merupakan dimensi dari faktor laten *behavioral intention to use system*.

Reliability Analysis

Hasil uji reliabilitas variabel *self efficacy* menghasilkan koefisien alpha sebesar 0,8668 yang menunjukkan bahwa *self efficacy* dinyatakan cukup handal atau reliabel karena alpha $> 0,7$. Sehingga disimpulkan bahwa instrumen layak digunakan untuk penelitian. Uji reliabilitas variabel *perceived usefulness* menghasilkan koefisien alpha sebesar 0,9210 yang menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* dinyatakan cukup handal atau reliabel karena alpha $> 0,7$. Sehingga disimpulkan bahwa instrumen layak digunakan untuk penelitian.

Uji reliabilitas variabel *perceived ease of use* menghasilkan koefisien alpha sebesar 0,9236 yang menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* dinyatakan cukup handal atau reliabel karena alpha $> 0,7$. Sehingga disimpulkan bahwa instrumen layak digunakan untuk penelitian.

Uji reliabilitas variabel *internalization* menghasilkan koefisien alpha sebesar 0,8460 yang menunjukkan bahwa variabel *internalization* dinyatakan cukup handal atau reliabel karena alpha $> 0,7$. Sehingga disimpulkan bahwa instrumen layak digunakan untuk penelitian.

Uji reliabilitas variabel *identification* menghasilkan koefisien alpha sebesar 0,8622 yang menunjukkan bahwa variabel *identification* dinyatakan cukup handal atau reliabel karena alpha $> 0,7$. Sehingga disimpulkan bahwa instrumen layak digunakan untuk penelitian.

Uji reliabilitas variabel *compliance* menghasilkan koefisien alpha sebesar 0,8616 yang menunjukkan bahwa variabel *compliance* dinyatakan cukup handal atau reliabel karena alpha $> 0,7$. Sehingga disimpulkan bahwa instrumen layak digunakan untuk penelitian.

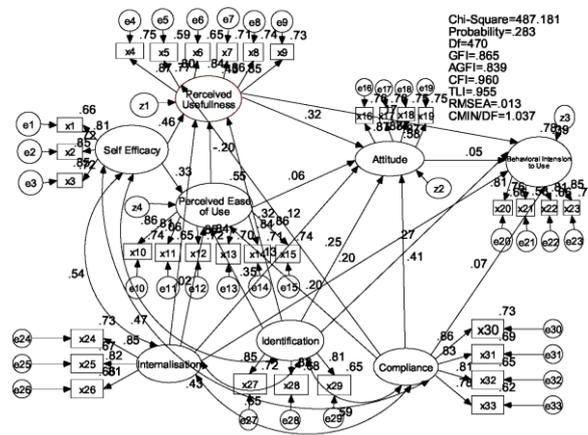
Uji reliabilitas variabel *attitude* menghasilkan koefisien alpha sebesar 0,9140 yang menunjukkan bahwa variabel *attitude* dinyatakan cukup handal atau reliabel karena alpha $> 0,7$. Sehingga disimpulkan bahwa instrumen layak digunakan untuk penelitian.

Uji reliabilitas variabel *behavioral intention to use* menghasilkan koefisien alpha sebesar 0,887 yang menunjukkan bahwa variabel *behavioral intention to use* dinyatakan cukup handal atau reliabel karena alpha $> 0,7$. Sehingga disimpulkan bahwa instrumen layak digunakan untuk penelitian.

Analisis Structural Equation Model (SEM) secara Full Model

Hubungan antara *perceived usefulness* dengan *attitude*. Hubungan antara *perceived usefulness* dengan *attitude* adalah positif sebesar 0,32 yang menunjukkan bahwa semakin tinggi

perceived usefulness maka semakin tinggi attitude. Pada hubungan antara perceived ease of use juga berhubungan positif dengan attitude yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi perceived ease of use maka semakin tinggi attitude.



Gambar 1. Full model SEM

Hasil Pengujian Kelayakan Model Penelitian Analisis Full SEM

Tabel 2. Hasil Uji Goodness of Fit Index

Goodness of Fit Indeks	Cut of Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Chi-Square	Diharapkan Kecil; 2 ; df : 203 = 303,97	487,181	Baik
Probability	> 0,05	0.283	Baik
GFI	> 0,90	0.865	Marjinal
AGFI	> 0,90	0.839	Marjinal
TLI	> 0,95	0.955	Baik
CFI	> 0,95	0.960	Baik
CMIN/DF	< 2,00	1.037	Baik
RMSEA	< 0,08	0.013	Baik

Sumber data : Data primer diolah, 2009

Probabilitas Chi-square diperoleh sebesar 0,283 >0,05 yang menunjukkan tidak adanya perbedaan yang berarti antara sampel dan populasi dalam taraf nyata 5%. Nilai CMIN/DF yang dihasilkan dalam analisis ini adalah sebesar 1,37. Hasil tersebut dinilai baik karena sudah memenuhi ketentuan lebih kecil dibandingkan dengan 2,00. Hasil pengujian menghasilkan nilai GFI sebesar 0,865 (0,8 < GFI < 0,90) yang menunjukkan bahwa GFI kurang baik atau marginal. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai AGFI sebesar 0,839 (0,8 < GFI < 0,90) yang menunjukkan bahwa nilai AGFI model adalah marginal atau kurang baik atau marginal. TLI diperoleh sebesar 0,955 sehingga model dinyatakan baik. Nilai RMSEA uji adalah sebesar 0,013 yang menunjukkan bahwa nilai RMSEA baik karena lebih kecil dari 0,08.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 3. Uji Hipotesis

Dependent Independent	Estimate	S.E.	C.R.	P
Perceived Ease _of Use <--- Identification	0.359	0.113	3.17	0.002
Perceived Ease _of Use <--- Compliance	0.195	0.083	2.342	0.019
Perceived Ease _of Use <--- Internalisation	0.021	0.128	0.161	0.872
Perceived Ease _of Use <--- Self Efficacy	0.347	0.091	3.831	***

Perceived_Usefulness <--- Self Efficacy	0.538	0.131	4.111	***
Perceived_Usefulness <--- Identification	0.367	0.143	2.565	0.01
Perceived_Usefulness <--- Compliance	0.13	0.117	1.117	0.264
Perceived_Usefulness <--- Internalisation	0.085	0.159	0.533	0.594
Perceived_Usefulness <--- Perceived Ease of Use	-0.226	0.13	-1.74	0.082
Attitude <--- Identification	0.285	0.14	2.029	0.042
Attitude <--- Compliance	0.44	0.101	4.348	***
Attitude <--- Internalisation	-0.178	0.133	-1.339	0.181
Attitude <--- Perceived_Usefulness	0.318	0.084	3.773	***
Attitude <--- Perceived Ease_of Use	0.07	0.117	0.595	0.552
Behavioral Intension_to Use <--- Identification	0.27	0.156	1.734	0.083
Behavioral Intension_to Use <--- Compliance	0.068	0.124	0.554	0.58
Behavioral Intension_to Use <--- Internalisation	0.233	0.165	1.414	0.157

Hipotesis 1a.

Nilai CR pada pengaruh *self-efficacy* terhadap *perceived usefulness* adalah sebesar 4.111 dengan nilai P sebesar 0,000. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu CR di atas 1,96 dan probabilitas (P) dibawah 0,05. Dengan demikian hipotesis 1a diterima. Dari hasil ini disimpulkan bahwa semakin tinggi penilaian karyawan BNI terhadap kemampuan dirinya dalam mengorganisasi dan memutuskan tindakan yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang diinginkan, maka semakin tinggi persepsi mereka terhadap manfaat yang akan diterima dari pemanfaatan system iCons.

Hipotesis 1b

Self-efficacy mempunyai hubungan yang positif dengan *perceived ease of use* sistem iCons. Berdasarkan tabel 4.35 diketahui bahwa nilai CR pada hubungan keduanya adalah sebesar 3.831>1,96 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000<0.05, dengan demikian hipotesis 1b diterima. Dari hasil ini disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi karyawan tentang kemampuan dirinya maka semakin tinggi persepsi bahwa sistem iCons mudah digunakan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Bandura (1982), Lewis *et al.*(2003), Lee, Tae dan Chung, (2003) dan Kulviwat, et al., (2005) yang menemukan adanya hubungan yang positif antara *self- efficacy* terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Hipotesis 2a

Perceived ease of use mempunyai hubungan yang positif dengan *Perceived usefulness* dalam penggunaan sistem informasi iCons. Diperoleh nilai CR pada pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* sebesar -1,740 dengan nilai P sebesar 0.082 (> 0,05). Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang tidak memenuhi syarat, yaitu CR di bawah 1,96 dan probabilitas (P) di atas 0,05. Dengan demikian hipotesis 2a dalam penelitian ditolak. Dengan demikian disimpulkan tidak adanya hubungan yang berarti antara *perceived usefulness* dengan *perceived ease of use*. Penolakanhipotesis ini mengindikasikan bahwa peningkatan atau penurunan persepsi mengenai kemudahan sistem iCons digunakan tidak berdampak terhadap peningkatan atau penurunan persepsi mengenai manfaat sistem iCons.

Hipotesis 2b

Perceived ease of use mempunyai hubungan yang positif dengan *attitude dalam* penggunaan sistem iCons. Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai CR pada hubungan *perceived ease of use* dengan *attitude* adalah sebesar 0.595 (1,96) dengan nilai probabilitas sebesar 0,552 (> 0,05) yang menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Dengan demikian disimpulkan bahwa peningkatan dan penurunan persepsi mengenai kemudahan sistem iCons digunakan tidak berdampak pada sikap karyawan BNI terhadap sistem iCons. Hasil ini tidak mendukung hasil penelitian Davis

(1989) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* mempengaruhi *perceived usefulness* dan *attitude*.

Hipotesis 3a

Perceived usefulness mempunyai hubungan yang positif dengan *attitude* dalam penggunaan sistem iCons. Berdasarkan hasil uji hipotesis 3a diketahui bahwa nilai CR pada hubungan kedua variabel adalah sebesar 3.773 ($>1,96$) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($< 0,05$) yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian ini mendukung pernyataan Davis (1989) yang menyatakan adanya hubungan antara *perceived usefulness* dengan *attitude*. Tidak adanya hubungan kedua variabel menunjukkan bahwa persepsi karyawan Bank BNI terhadap manfaat sistem iCons tidak berdampak pada sikap mereka terhadap sistem iCons.

Hipotesis 3b

Perceived usefulness mempunyai hubungan yang positif dengan *Behavioral Intention to use* sistem informasi iCons. Diperoleh nilai CR pada hubungan *perceived usefulness* dengan *Behavioral Intention to use* adalah sebesar 1,506 ($< 1,96$) dan nilai probabilitas sebesar 0,132 yang menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Dari hasil disimpulkan bahwa tinggi rendahnya persepsi karyawan Bank BNI terhadap manfaat sistem iCons tidak mempengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan sistem.

Hipotesis 4

Attitude mempunyai hubungan yang positif dengan *behavior intention to use* sistem informasi iCons. Berdasarkan hasil uji model diketahui bahwa nilai CR pada hubungan antara *attitude* dengan *behaviour intention to use* adalah sebesar 0,344 ($> 1,96$) dengan nilai probabilitas sebesar 0,731 ($> 0,05$) yang menunjukkan bahwa hipotesis 4 ditolak. Tidak adanya hubungan keduanya menunjukkan bahwa sikap karyawan terhadap sistem iCons tidak berdampak pada keinginan untuk menggunakan sistem. Hal ini akan berkaitan dengan adanya kebijakan dari perusahaan sebagai sebuah keharusan, sehingga keinginan untuk menggunakan atau tidak menggunakan bukan merupakan sebuah pilihan.

Hipotesis 5

Internalization berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use* sistem iCons. Diperoleh nilai CR hubungan *internalization* dengan *behavioral intention to use* sistem iCons adalah sebesar 1,414 ($>1,96$) dengan nilai probabilitas sebesar 0,157 ($>0,05$) yang menunjukkan bahwa hipotesis 5 ditolak.

Hipotesis 6

Internalization berpengaruh positif terhadap *attitude* pengguna sistem iCons. Diperoleh nilai CR pada hubungan keduanya adalah sebesar -1,339 ($> 1,96$) dengan nilai probabilitas sebesar 0,181 yang menunjukkan bahwa hipotesis 6 ditolak. Dengan demikian disimpulkan bahwa kesamaan nilai antara karyawan dengan sistem dan kesadaran mengenai manfaat dan penilaian mengenai karyawan mengenai iCons tidak berdampak pada kerelaan secara senang hati karyawan berinteraksi dengan iCons.

Hipotesis 7

Internalization berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use* pengguna sistem iCons. Hasil uji hipotesis diperoleh nilai CR hubungan keduanya adalah sebesar 0,161 ($<1,96$) dan nilai probabilitas sebesar 0,872 ($>0,05$) yang menunjukkan bahwa hipotesis 7 ditolak. Dengan demikian disimpulkan bahwa tinggi rendahnya internalisasi tidak berdampak pada perubahan persepsi karyawan mengenai kemudahan sistem iCons dioperasikan.

Hipotesis 8

Internalization berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pengguna sistem iCons. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai CR pada kedua variabel adalah sebesar 0,159 ($<1,96$) dengan nilai probabilitas sebesar 0,533 ($>0,05$) yang menunjukkan bahwa hipotesis 8 ditolak. Dengan demikian penelitian ini membuktikan bahwa kesamaan nilai antara karyawan dengan sistem dan kesadaran mengenai manfaat dan penilaian mengenai karyawan tentang iCons tidak berhubungan dengan persepsi karyawan mengenai manfaat penggunaan sistem iCons.

Hipotesis 9

Identification berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use* sistem informasi iCons. Nilai CR pada hubungan keduanya adalah sebesar 3,170 ($>1,96$) dan nilai probabilitas sebesar 0,02 ($<0,05$) dengan demikian disimpulkan bahwa hipotesis 9 diterima. Hal ini menunjukkan

bahwa kebanggaan karyawan terhadap sistem iCons berdampak pada persepsi karyawan mengenai keinginan karyawan untuk menggunakan atau tidak menggunakan sistem iCons.

Hipotesis 10

Identification berpengaruh positif terhadap *attitude*. Nilai CR pada hubungan keduanya adalah sebesar 2,029 ($>1,96$) dan nilai probabilitas sebesar 0,042 ($<0,05$) dengan demikian disimpulkan bahwa hipotesis 10 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kebanggaan karyawan terhadap sistem iCons berdampak pada sikap karyawan BNI terhadap iCons.

Hipotesis 11

Identification berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use*. Nilai CR pada hubungan keduanya adalah sebesar 3,170 ($>1,96$) dan nilai probabilitas sebesar 0,002 ($<0,05$) dengan demikian disimpulkan bahwa hipotesis 11 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kebanggaan karyawan terhadap sistem iCons berdampak pada per 95 karyawan mengenai kemudahan sistem dioperasikan.

Hipotesis 12

Identification berpengaruh positif terhadap *perceived useful*. Nilai CR pada hubungan keduanya adalah sebesar 2,565 ($>1,96$) dan nilai probabilitas sebesar 0,010 ($<0,05$) dengan demikian disimpulkan bahwa hipotesis 12 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kebanggaan karyawan terhadap sistem iCons berdampak pada persepsi karyawan mengenai manfaat yang akan didapatkan bila mereka menggunakan sistem iCons.

Hipotesis 13

Compliance berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use the Information system* iCons. Nilai CR pada hubungan keduanya adalah sebesar 0,554 ($<1,96$) dan nilai probabilitas sebesar 0,580 ($<0,05$) dengan demikian disimpulkan bahwa hipotesis 13 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi mengenai *compliance* karyawan terhadap sistem iCons tidak berdampak pada keinginan karyawan untuk menggunakan sistem iCons.

Hipotesis 14

Compliance berpengaruh positif terhadap *attitude*. Nilai CR pada hubungan keduanya adalah sebesar 4,348 ($<1,96$) dan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($<0,05$) dengan demikian disimpulkan bahwa hipotesis 14 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi mengenai *compliance* karyawan terhadap sistem iCons berdampak pada sikap karyawan terhadap sistem iCons.

Hipotesis 15

Compliance berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use sistem iCons*. Nilai CR pada hubungan keduanya adalah sebesar 2,342 ($<1,96$) dan nilai probabilitas sebesar 0,019 ($<0,05$) dengan demikian disimpulkan bahwa hipotesis 15 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi mengenai *compliance* karyawan terhadap sistem iCons berdampak pada persepsi karyawan mengenai kemudahan sistem iCons dioperasikan.

Hipotesis 16

Compliance berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness sistem iCons*. Nilai CR pada hubungan keduanya adalah sebesar 1,117 ($<1,96$) dan nilai probabilitas sebesar 0,264 ($>0,05$) dengan demikian disimpulkan bahwa hipotesis 16 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi mengenai *compliance* karyawan terhadap sistem iCons tidak berdampak pada persepsi karyawan mengenai manfaat dari penggunaan sistem iCons.

KESIMPULAN

1. *Self-Efficacy* mempunyai hubungan yang positif dengan *perceived usefulness* dalam penggunaan sistem informasi iCons.
2. *Self-Efficacy* mempunyai hubungan yang positif dengan *perceived ease of use* sistem informasi iCons.
3. *Perceived ease of use* tidak berhubungan dengan *attitude* dalam penggunaan sistem informasi iCons
4. *Perceived ease of use* tidak berhubungan yang positif dengan *attitude* dalam penggunaan sistem iCons.
5. *Perceived usefulness* mempunyai hubungan yang positif dengan *attitude* dalam penggunaan sistem informasi iCons

6. *Perceived usefulness* tidak berhubungan dengan *Behavioral Intention to use* sistem informasi iCons.
7. *Attitude* tidak mempunyai hubungan dengan *behavioral intention to use* sistem informasi iCons
8. *Internalization* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* sistem iCons
9. *Internalization* tidak berpengaruh terhadap *attitude* pengguna sistem iCons
10. *Internalization* tidak berpengaruh terhadap *perceived ease of use* pengguna sistem iCons.
11. *Internalization* tidak berpengaruh terhadap *perceived usefulness* pengguna sistem iCons.
12. *Identification* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* sistem informasi iCons.
13. *Identification* berpengaruh positif terhadap *attitude* sistem informasi iCons
14. *Identification* berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use* pengguna sistem iCons.
15. *Identification* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pengguna sistem iCons.
16. *Compliance* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* informasi pada iCons.
17. *Compliance* berpengaruh positif terhadap *attitude* pengguna sistem iCons.
18. *Compliance* berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use* pengguna sistem iCons.
19. *Compliance* tidak berpengaruh terhadap *perceived usefulness* pengguna sistem iCons.

DAFTAR PUSTAKA

- Chau, P.Y.K. 1996. An Empirical; Assessment of a Modified Technology Acceptance Model. *Journal of Management Information System*, 13 (2); 185-204.
- Compeau, DR., & Higgins, C. A., Huff, S. 1995. Social Cognitif Theory and Individual Reaction to Computing Technology: A *Longtudinal Study*. *MIS Quarterly*, 23 (2) 145-158.
- Davis, F.D. 1986. A technology acceptance model for empirically testing new end user information systems: theory and results," *Doctoral dissertation, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology*.
- Davis, F.D, Bagozzi. R.P. & Warshaw. P.R. 1989. User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models, *Management Science*, 35, 982-1003.
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*.
- Eikebrokk, R Tom dan Oeystein Sorebo. 2007. Technology acceptance in situations with alternative technologies: <http://nokobit.bi.no/nokobit>
- Fishbein, M. dan Ajzen. I. 1975. "Belief, Attitude, Intentions and Behavior: An Introduction to Theory and Research," Addison-Wesely, Boston, MA.
- Gahtani, Al. and Said S. 2007. System Characteristics, User Perceptions and Attitudes in the Prediction of Information Technology Acceptance (A Structural Equation Model), *Administrative Sciences Dept King Khaled University, Abha Saudi Arabia*
- Gardner, C. & Amoroso. D.L. 2004. Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by Consumers, *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences, USA*.
- Kira, Dennis; Raafat George Saade; 2007; The Emotional State of Tehcnology Acceptance; <http://informingscience.org>
- Lewis, William, Ritu Agarwal dan V Sambamurthy. 2003. Sourche of Influence on Beliefs About Information Technology Use: An Empirica; Study of Knoledge Worker, *MIS Quarterly* Vol. 27 No. 4
- Malhotra, Yogesh dan. Galletta, Dennis F. 1999, Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence: Theoretical Bases and Empirical Validation, *Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences, USA*.
- Mathieson, K. 1991. Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior, *Itrformatiort Systems Research*, Vol. 2, pp. 173-191.
- Ndubisi, Oli Nelson. 2005. Effect of Perception And Personal Traits On Computer Technology Adoption By Women Entrepreneurs In Malaysia; *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*

- Petra S.M. Wijaya. 2005. Pengujian Model Penerimaan Teknologi Internet Pada Mahasiswa. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1. Februari.
- Pikkarainen, et al. 2004. Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model *Internet Research Volume 14 - Number 3* pp. 224-235
- Schillewaert, Niels. et al. 2000. The Acceptance of Information Technology in the Sales Force. Business Research Center *Working Paper*.
- Sun, Heshan dan Zhang, Ping. 2006. The Role Moderating Factors in User Technology Acceptance. *Int. J. Human-Computer Studies*. No. 63, hal. 53-78.
- Taylor, S.A, & Baker. T. L. 1994, An Assesment of relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumer's purchase intentions. *Journal of Retailing*, 70 (2): 163-178.
- Venkatesh, V, & Morris M. G. 2000. Why Don't Men Ever Stop to Ask for Direction? Gender, Social Influence and their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior. *MISS Quarterly*, Vol. 24 No. 1, March.
- Wahyudi, Nanang. 2006, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Reputasi Perusahaan, Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah, *Tesis Universitas Stikubank*, Tidak dipublikasikan
- Xiao, xue; Heshan Sun. 2006. User Acceptance of Virtuall Technologies; <http://web.syr.edu>.
- Yi Y Mun, Yujong Hwang. 2002. Predicting The Use Of Web Based Information Systems: Intrinsic Motivation And Self Efficacy, *Eighth Americas Conference on Information Systems*.
- Zhang, Ping, Heshan Sun. 2006. An Empirical Study on Causal Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived Ease.