

TESIS

**ANALISIS SISTEM INFORMASI *TECHNOLOGY*
ACCEPTANCE MODEL DALAM *CUSTOMER*
RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA
PERUSAHAAN OTOMOTIF
(Studi Kasus: PT. HASJRAT ABADI CABANG
TENDEAN MANADO)**



STEPHANO CAESAR WENSTON NGANGI
No. Mhs.: 155302373/PS/MTF

**PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2018**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA

PENGESAHAN TESIS

Nama : STEPHANO CAESAR WENSTON NGANGI
Nomor Mahasiswa : 155302373/PS/MTF
Konsentrasi : *Enterprise Information System*
Judul Tesis : ANALISIS SISTEM INFORMASI
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL
DALAM CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT PADA PERUSAHAAN
OTOMOTIF (STUDI KASUS PT HASJRAT
ABADI CABANG TENDEAN MANADO)

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

Ir. Djoko Budiyanto Setyohadi, M.Eng.,
Ph.D

.Dr. Ir. Albertus. Joko Santoso, M.T



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA

PENGESAHAN TESIS

Nama : STEPHANO CAESAR WENSTON NGANGI
Nomor Mahasiswa : 155302373/PS/MTF
Konsentrasi : *Enterprise Information System*
Judul Tesis : ANALISIS SISTEM INFORMASI
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL
DALAM CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT PADA PERUSAHAAN
OTOMOTIF (STUDI KASUS PT HASJRAT
ABADI CABANG TENDEAN MANADO)

Nama Penguji

Tanggal

Tanda tangan

Ir. Djoko Budiyanto Setyohadi,
M.Eng., Ph.D.

(Ketua)

Dr. Ir. Albertus Joko Santoso, M.T.

(Sekretaris)

25-10-2018

Prof. Ir. Suyoto, M.Sc., Ph.D

(Anggota)

25-10-2018



Ketua Program Studi

Prof. Ir. Suyoto, M.Sc., Ph.D.
PASCASARJANA

PERNYATAAN

Saya, Stephano Caesar Wenston Ngangi, menyatakan bahwa tesis dengan judul “ANALISIS SISTEM INFORMASI *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* DALAM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF” adalah benar hasil karya saya sendiri yang bebas dari plagiasi. Karya tulis sebelumnya oleh penulis dijadikan sebagai referensi untuk mendukung karya tulis ini.

Demikian pernyataan ini saya buat supaya dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 Juli 2018

Yang menyatakan,

Stephano Caesar Wenston Ngangi

INTISARI

Era teknologi dalam persaingan bisnis, dibutuhkan kreativitas dan inovasi untuk menciptakan perusahaan yang sukses. CRM(*Customer Relationship Management*) menjadikan suatu sistem yang bertujuan antara lain memberikan kemajuan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, sehingga terwujudnya penggunaan informasi yang berintegrasi sehingga menghasilkan suatu pelayanan yang optimal dan mendapatkan informasi pelanggan yang bermanfaat sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi serta mendorong loyalitas pelanggan, disamping itu pula dapat CRM dapat bermanfaat untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya operasional PT Hasjrat Abadi (Cabang Tendea). Untuk mendukung kesuksesan PT Hasjrat Abadi (Cabang Tendea) maka penelitian ini akan mengkaji sebuah sistemasi CRM untuk diterapkan pada PT Hasjrat Abadi (Cabang Tendea) dengan mengintegrasikannya kedalam model TAM (*Technology Acceptance Model*) sebagai suatu model yang dapat dianalisa dan dipahami sehingga nantinya dapat mempengaruhi pelanggan dalam penggunaan teknologi sebagai sebuah sistem informasi dengan menggunakan variabel-variabel sistem informasi. Dalam penelitian yang akan diteliti telah mengkaji penerimaan pengguna berdasarkan 4 variabel dalam TAM sendiri. PT.Hasjrat Abadi (Cabang Tendea) memiliki masalah dimana masih minimnya permintaan pelanggan terhadap produk-produk TOYOTA. Dengan begitu diupayakan implementasi penggunaan sistem TAM terhadap CRM sehingga dapat mampu mengidentifikasi pelanggan PT Hasjrat Abadi (Cabang Tendea) Manado yang ingin membeli produk dari PT Hasjrat Abadi (Cabang Tendea) Manado, dan meningkatkan nilai jual produk.

Kata Kunci : TAM, Pelanggan, Customer Relationship Management, Perusahaan, Teknologi

Abstract

The technological era in business competition requires creativity and innovation to create a successful company. CRM (Customer Relationship Management) makes a system that aims, among others, to provide improved relations between the company and customers, so that the realization of integrated information is used to produce optimal services and obtain useful customer information so that customer needs can be met and encourage customer loyalty, besides It can also be CRM can be useful to improve efficiency and reduce operational costs of PT Hasjrat Abadi (Tendean Branch. To support the success of PT Hasjrat Abadi (Tendean Branch), this study will examine a CRM system to be applied to PT Hasjrat Abadi (Tendean Branch) by integrating it. into the TAM (Technology Acceptance Model) model as a model that can be analyzed and understood so that later it can influence customers in the use of technology as an information system by using informational system variables. In the research that will be studied, it has reviewed user acceptance based on 4 variables in TAM itself. PT. Hasjrat Abadi (Tendean Branch) has a problem where there is still a lack of customer demand for TOYOTA products. Therefore, the implementation of the TAM system for CRM will be pursued so that it can identify the customers of PT Hasjrat Abadi (Tendean Branch Manado) who want to buy products from PT Hasjrat Abadi (Tendean Branch) Manado, and increase the selling value of the product

Keywords : TAM, Customer, Customer Relationship Management, Company, Technology

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Allah Bapa di Surga atas semua rencana, proses, pertolongan serta semua berkat yang penulis alami, khususnya yang terjadi sejak awal mula menempuh pendidikan pascasarjana ini hingga selesai. Sungguh sebuah proses yang indah.

Tesis dengan judul *ANALISIS SISTEM INFORMASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DALAM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF ini juga tetap memiliki keterbatasan sehingga penulis meminta maaf apa bila terdapat kesalahan penulisan atau sebagainya.

Ucapan terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Ir. Suyoto, M.Sc., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Informatika, yang dengan kebesaran hati serta caranya sendiri telah membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis sejak penulisan proposal, jurnal, hingga selesainya tesis ini.
2. Bapak Ir. A. Djoko Budiyanto, M.Eng., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang juga berkat saran serta motivasinya penulis dapat menyelesaikan tugas dan tanggung jawab ini.
3. Bapak Dr. Ir. Alb. Joko Santoso, MT selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran serta masukkan pada saat seminar proposal dan pendadaran tesis.

4. Semua Dosen di Magister Teknik Informatika (MTF) yang telah membagikan ilmu serta pengalaman selama masa perkuliahan.
5. Semua staff Admisi Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
6. Bapak tercinta Charles Ngangi yang juga selalu memberikan semangat dan arahan kepada penulis, serta menjadi motivasi tersendiri bagi penulis sehingga penulisan jurnal dan tesis ini dapat selesai.
7. Ibu tercinta Rietha Lieke Lontoh yang sangat membantu dalam pengerjaan tesis penulis, dan pemberi semangat, motivasi, dan doa-doa yang sangat berarti dan membuat penulis dapat maju untuk melakukan pembuatan tesis ini, dengan semangat. Tanpa beliau tesis ini tidak akan pernah selesai.
8. Adik tersayang Richard Ngangi, doa dan dukungan darinya sudah sangat membantu penulis dalam pembuatan tesis ini
9. Semua rekan seangkatan, Kelas Indahnya Berbagi, MTF A, yang telah bersama-sama penulis baik dalam proses belajar maupun berbagi pengalaman, serta bantuan saat masa perkuliahan. Kalian telah menjadi bagian dalam perjalanan panjang ini.
10. Semua teman disekitar penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas dukungan dan doa yang terus diberikan sehingga hari-hari penulis menjadi berwarna dan selalu baru bersama dengan kalian.

Akhirnya semoga tesis ini dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan terutama bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi.



DAFTAR ISI

TESIS	1
UNIVERSITAS	Error! Bookmark not defined.
UNIVERSITAS	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	3
KATA PENGANTAR	7
DAFTAR ISI	10
DAFTAR TABEL	13
DAFTAR GAMBAR	14
BAB I	15
PENDAHULUAN	15
A. Latar Belakang	15
B. Perumusan Masalah	19
C. Batasan Masalah	19
D. Tujuan Penelitian	20
E. Manfaat Penelitian	20
F. Sistematika Penulisan	20
BAB II	22
TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Penelitian Terdahulu CRM	22
2.2 Penelitian Terdahulu TAM	29
Penelitian Venkatesh & Bala (2008)	29
Penelitian Bhatti (2007)	29
Penelitian Shen, et al. (2006)	30
BAB III	32
LANDASAN TEORI	32
3.1 <i>Enterprise</i> Sistem Informasi	32
3.2 Perusahaan	33
3.3 <i>Customer Relationship Management</i>	34
1. 3.3.1 Model-model CRM	39

3.4 TAM (Technology Acceptance Model)	41
2. 3.4.1 Pengembangan Hipotesis	46
3. Hipotesis 1	47
4. Hipotesis 2	47
5. Hipotesis 3	47
6. Hipotesis 4	47
7. Hipotesis 5	47
8. Hipotesis 6	47
9. Hipotesis 7	47
BAB IV	48
METODOLOGI PENELITIAN	48
4.1 Kerangka Konsep	48
4.2 Alur Penelitian	49
4.3 Rancangan Penelitian	50
4.4 Populasi dan Sampel	50
4.5 Menentukan Model Penelitian	50
4.6 Variabel Penelitian	51
4.7 Kuesioner	54
4.8 Pilot Studi	54
4.9 Metode Pengumpulan Data	55
4.10 Metode Analisis Data	56
BAB V	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Karakteristik Responden	58
1. Jenis kelamin responden	58
2. Usia responden	59
3. Pendidikan responden	60
4. Pekerjaan responden	60
B. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	61
C. Analisis Data SEM	64
1. Pengembangan Model Secara Teoritis	65
2. Menyusun Diagram Jalur	65

D. Pembahasan.....	80
BAB VI	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. KESIMPULAN	88
B. SARAN	90
Daftar Pustaka	92



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu CRM	25
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu TAM	30
Tabel 5.1 Responden Menurut jenis kelamin.....	58
Tabel 5.2 Responden Menurut Usia.....	59
Tabel 5.3 Responden Menurut Pendidikan	60
Tabel 5.4 Responden menurut pekerjaan	60
Tabel 5.5 Hasil uji validitas dan reliabilitas.....	62
Tabel 5.6 Uji Normalitas.....	68
Tabel 5.7 Hasil Uji <i>Goodness of fit index</i>	72
Tabel 5.8 Hasil uji hipotesis.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Keuntungan-Kerugian Implementasi CRM dalam Perusahaan	32
Gambar 3.2 Komponen CRM	37
Gambar 3.3 <i>System Business Process</i>	38
Gambar 3.4 Model CRM	41
Gambar 3.5 Model TAM.....	46
Gambar 4.1 Technology Acceptance Model.....	48
Gambar 4.2 Diagram alur.....	49
Gambar 4.3 Model penelitian yang diajukan	51
Gambar 4.4 Contoh path diagram SEM.....	57
Gambar 5.1 Diagram jalur.....	65
Gambar 5.2 Full Mode	66
Gambar 5.3 Batas uji outlier	71
Gambar 5.4 Output model diagram awal	71