

ABSTRAK

Perusahaan di bidang jasa perbankan telah memberikan layanan perbankan elektronik yang sangat beragam di tengah berkembangnya teknologi informasi, salah satunya adalah *Cash Deposit Machine* (CDM).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Attitude Towards Using* terhadap *Intention to Use* pada *Cash Deposit Machine* (CDM) secara parsial menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner kepada 100 responden yang merupakan nasabah PT BCA KCU Tasikmalaya yang melakukan transaksi transfer atau menabung dengan jumlah kurang dari Rp.5.000.000, sampel diambil menggunakan metode *Convenience Sampling*. Program yang digunakan untuk mengolah kuisisioner adalah *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 20 sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Regresi Linear Sederhana dan pengujian hipotesis menggunakan Uji-t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap *Attitude Towards Using*. *Attitude Towards Using* berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap *Intention to Use*.

Kata Kunci : *Cash Deposit Machine* (CDM), Perbankan, *Technology Acceptance Model* (TAM)