



***Analisis Pengaruh *Customer Digital Expectation*,
Customer Trustworthy dan *Customer Satisfaction* terhadap
Customer Intention to Reuse Bank Mandiri melalui *Digital
Transformation*.***

TESIS

Gema Tranata Ardhie

55124110066

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

TAHUN 2026



***Analisis Pengaruh *Customer Digital Expectation*,
Customer Trustworthy dan *Customer Satisfaction* terhadap
Customer Intention to Reuse Bank Mandiri melalui *Digital
Transformation*.***

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen**

Gema Tranata Ardhie

55124110066

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

TAHUN 2026

LEMBAR PERNYATAAN

Saya bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisis Pengaruh Customer Digital Expectation, Customer Trustworthy dan Customer Satisfaction terhadap Customer Intention to Reuse Bank Mandiri melalui Digital Transformation.

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Pemasaran

Nama : Gema Tranata Ardhie

NIM : 55124110066

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 8 September 2026

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya pribadi dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 8 September 2026

Yang memberi pernyataan,



Gema Tranata Ardhie
NIM. 55124110012

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : GEMA TRANATA ARDHIE
NIM : 55124110066
Fakultas / Program Studi : PASCA / Magister Manajemen
Jenis : Tesis
Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Customer Digital Expectation, Customer Trustworthy dan Customer Satisfaction terhadap Customer Intention to Reuse Bank Mandiri melalui Digital Transformation.
Hasil Pengecekan Turnitin : 26%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **26%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/September/28/0000001567/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh *Customer Digital Expectation*,
Customer Trustworthy dan *Customer Satisfaction* terhadap
Customer Intention to Reuse Bank Mandiri melalui *Digital Transformation*.

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Gema Tranata Ardhie

NIM : 55124110066

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Yanto Ramli, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, SE., Akt., M.Ak.)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan syukur kepada ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul **Analisis Pengaruh Customer Digital Expectation, Customer Trustworthy dan Customer Satisfaction terhadap Customer Intention to Reuse Bank Mandiri melalui Digital Transformation**. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Magister Manajemen pada konsentrasi Pemasaran. Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam memahami perilaku konsumen beras organik di Indonesia.

Pada kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Yanto Ramli, MM, selaku dosen pembimbing Tesis yang memberikan Ilmu Pengetahuan, dapat meluangkan waktu, memberikan saran dan semangat untuk memberikan arahan selama penulisan Tesis ini.

Penulis juga menyadari bahwa Tesis ini tidak akan selesai tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak lainnya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, PH.D selaku ketua Sidang Akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
5. Dr. Aldina Shiratina, S.E, M.Si., selaku dosen penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis.
7. Orang tua, istri dan keluarga besar yang telah memberikan doa restu, dukungan dan semangat.
8. Seluruh pegawai Bank Mandiri khususnya Area Jakarta Jatinegara Timur yang telah mensupport dan memberikan motivasi kepada penulis.
9. Seluruh nasabah Bank Mandri khususnya Area Jakarta Jatinegara Timur yang telah mensupport dalam Tesis ini.
10. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 45 Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Kampus Menteng yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari bahwa pembuatan Tesis ini masih terdapat kekurangan, sehingga penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun demi terwujudnya Tesis yang lengkap dan bermanfaat.

Jakarta, 8 September 2026

Penulis
(Gema Tranata Ardhie)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gema Tranata Ardhie
NIM : 55124110066
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Customer Digital Expectation, Customer Trustworthy dan Customer Satisfaction terhadap Customer Intention to Reuse Bank Mandiri melalui Digital Transformation.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 September 2026
Yang memberi pernyataan,



Gema Tranata Ardhie
NIM. 55124110066

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Customer Digital Expectation*, *Customer Trustworthy*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Intention to Reuse* melalui *Digital Transformation* pada nasabah aktif wilayah Jakarta Timur sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui kuesioner skala likert yang di olah dengan SEM PLS untuk menguji hasil hipotesis yang diajukan. Sampel penelitian ini sebanyak 210 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Digital Expectation*, *Customer Trustworthy*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Digital Transformation*. Selanjutnya, *Digital Transformation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Intention to Reuse*. *Customer Digital Expectation* dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Customer Intention to Reuse*, sedangkan *Customer Trustworthy* berpengaruh positif dan signifikan. Selain itu, *Digital Transformation* terbukti mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh *Customer Digital Expectation*, *Customer Trustworthy*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Intention to Reuse*.

Ditemukan bahwa transformasi digital memiliki peran penting dalam mengoptimalkan ekspektasi, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan niat penggunaan kembali layanan perbankan. Oleh karena itu, penguatan kualitas dan inovasi layanan digital menjadi strategi penting bagi Bank

Mandiri dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempertahankan loyalitas nasabah.

Kata kunci: *Customer Digital Expectation, Customer Trustworthy, Customer Satisfaction, Digital Transformation, Customer Intention to Reuse.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of Customer Digital Expectation, Customer Trustworthiness, and Customer Satisfaction on Customer Intention to Reuse through Digital Transformation, with active banking customers in the East Jakarta area as the research subjects. This study employed a quantitative approach using a Likert-scale questionnaire, with the data analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) to test the proposed hypotheses. The research sample consisted of 210 respondents.

The results show that Customer Digital Expectation, Customer Trustworthiness, and Customer Satisfaction have positive and significant effects on Digital Transformation. Furthermore, Digital Transformation has a positive and significant effect on Customer Intention to Reuse. Directly, Customer Digital Expectation and Customer Satisfaction have positive but insignificant effects on Customer Intention to Reuse, while Customer Trustworthiness has a positive and significant effect. In addition, Digital Transformation is proven to positively and significantly mediate the effects of Customer Digital Expectation, Customer Trustworthiness, and Customer Satisfaction on Customer Intention to Reuse.

The findings indicate that digital transformation plays an important role in optimizing customer expectations, trust, and satisfaction to increase customers' intention to reuse banking services. Therefore, strengthening the quality and innovation of digital services is an important strategy for Bank Mandiri to enhance customer experience and maintain customer loyalty.

Keywords: *Customer Digital Expectation, Customer Trustworthiness, Customer Satisfaction, Digital Transformation, Customer Intention to Reuse.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB.....	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Kontribusi Penelitian.....	19
BAB II	21
2.1 Kajian Pustaka.....	21
2.1.1 Grand Theory	21
2.2 RESEARCH GAP	69
2.3 Pengembangan Hipotesis	81
BAB III	89
3.1 Desain Penelitian.....	89
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	89
3.2.1 Definisi Naratif.....	89

3.2.2	Operasionalisasi Variabel	90
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	91
3.4	Metode Pengumpulan Data	94
3.5	Uji Instrumen	95
3.5.1	Instrumen Penelitian.....	95
3.5.2	Uji Instrumen	95
3.6	Metode Analisis Data	97
3.6.1	Analisis Deskriptif	97
3.6.2	Metode Analisis Data	100
BAB IV		104
HASIL DAN PEMBAHASAN		104
4.1	Gambaran Latar Belakang Penelitian.....	104
4.2	Analisis Deskriptif	106
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	106
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini	106
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Edukasi Responden	107
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menjadi Nasabah	108
4.3	Deskriptif Jawaban Responden	108
4.3.1	Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Customer Intention to Reuse</i>	109
4.3.1	Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Digital Transformation</i>	110
4.3.2	Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Customer Digital Expectation</i>	112
4.3.3	Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Customer Trustworthy</i>	113
4.3.4	Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	115
4.4	Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	116
4.4.1	Pengertian Partial Least Square	116

4.4.2	Metode Pengukuran (<i>outer model</i>).....	117
4.5	Evaluasi Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>inner</i>) Model	126
4.5.1	Nilai R-Square.....	127
4.5.2	Uji Simultan Effect Square (F2)	129
4.3.5	Goodness of Fit Model.....	131
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis	132
4.7	Pembahasan.....	135
4.7.1	Pengaruh <i>Customer Digital Expectation</i> terhadap <i>Digital Transformation</i>	135
4.7.2	Pengaruh <i>Customer Trustworthy</i> terhadap <i>Digital Transformation</i> 137	
4.7.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Digital Transformation</i> 138	
4.7.4	Pengaruh <i>Digital Transformation</i> terhadap <i>Customer Intention to Reuse</i> 139	
4.7.5	Pengaruh <i>Customer Digital Expectation</i> terhadap <i>Customer Intention to Reuse</i>	140
4.7.6	Pengaruh <i>Customer Trustworthy</i> terhadap <i>Customer Intention to Reuse</i> 141	
4.7.7	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Intention to Reuse</i> 142	
4.7.8	Pengaruh <i>Digital Transformation</i> dalam Memediasi <i>Customer Digital Expectation</i> terhadap <i>Customer Intention to Reuse</i>	143
4.7.9	Pengaruh <i>Digital Transformation</i> dalam Memediasi <i>Customer Trustworthy</i> terhadap <i>Customer Intention to Reuse</i>	144
4.7.10	Pengaruh <i>Digital Transformation</i> dalam Memediasi <i>Customer Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Intention to Reuse</i>	146
BAB V		148
SIMPULAN DAN SARAN		148

5.1	Simpulan	148
5.2	Saran.....	150
DAFTAR PUSTAKA		154

DAFTAR TABEL

Tabel 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	106
Tabel 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	106
Tabel 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	107
Tabel 4 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Waktu	108
Tabel 4 5 Deskriptif Variabel Customer Intention to Reuse	109
Tabel 4 6 Deskriptif Variabel Digital Transformation	110
Tabel 4 7 Deskriptif Variabel Customer Digital Expectation	112
Tabel 4 8 Deskriptif Variabel Customer Trustworthy	113
Tabel 4 9 Deskriptif Variabel Customer Satisfaction	115
Tabel 4 10 Hasil Pengujian Convergent Validity	117
Tabel 4 11 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings)	120
Tabel 4 12 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium) ..	123
Tabel 4 13 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)	124
Tabel 4 14 Nilai Uji Reliabilitas	125
Tabel 4 15 Nilai R-Square atau R^2	128
Tabel 4 16 Nilai F-Square atau F^2	129
Tabel 4 17 Nilai Q-Square atau Q^2	131
Tabel 4 18 Hasil Uji Hipotesis	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4 1 Hasil algoritma PLS	119
Gambar 4 2 Hasil Uji Bootstrapping	135

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Personal Responden	161
Lampiran 2 Pertanyaan Data Penelitian	162
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	168
Lampiran 4 Hasil Uji Instrument	193
Lampiran 5 Hasil Pengujian Instrumen dengan Convergent Validity (outer loading)	194
Lampiran 6 Hasil Pengujian Discriminant Validity (cross loadings).....	195
Lampiran 7 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE), Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	197
Lampiran 8 Hasil Logaritma PLS (Bootstrapping).....	206