



**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*, DAN *EFFORT EXPECTANCY* DENGAN *INTENTION TO USE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* TERHADAP *USE BEHAVIOR* *MOBILE BANKING*
(STUDY PADA BANK BNI DI DKI JAKARTA)**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Daniel Sutan Gideon

55118120059

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**



**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*, DAN *EFFORT EXPECTANCY* DENGAN
INTENTION TO USE SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING TERHADAP *USE BEHAVIOR*
MOBILE BANKING
(STUDY PADA BANK BNI DI DKI JAKARTA)**

UNIVERSITAS
TESIS
MERCU BUANA

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

DANIEL SUTAN GIDEON

55118120059

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**

ABSTRACT

The development of internet technology is also adopted by state and private banks to develop services, mobile banking is one of the e-banking services that provided by Bank which can facilitate all of the users to make transactions whenever and wherever and it can be accessed via smartphone. This study aims to Determine the influence of Perceived ease of use, Perceived usefulness and Effort expectancy with intention to use as an intervening variable and it's influence on Use Behavior Mobile Banking application. This research uses explanatory (explanation) with a quantitative approach, The Population in this Study Costumers Using Mobile Banking Application BNI in Jakarta. Sampling was done by Purposive Sampling, with criteria Costumers Using Mobile Banking Application BNI in Jakarta. The sample size is as many as 110 respondents. Technical analysis of the data used is Structural Equation Modeling (SEM). The results of this study shows that: 1) Perceived ease of use does not have a significant influence and has a negative influence on Intention to use: 2) Perceived Usefulness has a Significant and positive influence on intention to use: 3) Effort Expectancy has no significant influence on Intention to use: 4) Intention to use has a significant and positive influence on Use Behavior

Keywords: Perceived ease of use, Perceived Usefulness, Effort Expectancy, Intention to use, Use behavior, Mobile Banking



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Perkembangan teknologi internet juga diadopsi oleh bank pemerintah dan swasta untuk mengembangkan layanan, *Mobile banking* BNI merupakan salah satu layanan *e-banking* yang ditawarkan oleh Bank sehingga dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi kapanpun dan dimanapun dan dapat diakses melalui *smartphone*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Persepsi Kegunaan dan Ekspektasi Usaha Dengan minat menggunakan sebagai Variabel Intervening dan pengaruhnya terhadap Perilaku Penggunaan aplikasi Mobile Banking. Penelitian ini menggunakan jenis *explanatory* (penjelasan) dengan pendekatan kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah yang menggunakan aplikasi Mobile Banking PT Bank Negara Indonesia (BNI) di DKI Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan secara *Purposive Sampling*, dengan kriteria Nasabah yang menggunakan aplikasi Mobile Banking di DKI Jakarta, Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 110 sampel. Teknik analisis data yang dipergunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: 1) Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan dan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan: 2) Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan: 3) Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan: 4) Minat menggunakan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Penggunaan.

Kata kunci: Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi kegunaan, Ekspektasi Usaha, Minat menggunakan, Perilaku Penggunaan, Mobile Banking.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Effort Expectancy* Dengan *Intention to Use* sebagai Variabel *Intervening* Terhadap *Use Behavior Mobile Banking* (Study Pada Bank BNI di DKI Jakarta).

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Daniel Sutan Gideon

NIM : 55118120059

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 17 Februari 2021

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Mirza, ST, MM)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus)

(Dudi Permana, P.hD)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Effort Expectancy* dengan *Intention To Use* sebagai Variabel *Intervening* terhadap *Use Behavior Mobile Banking* (Study pada Bank BNI di DKI Jakarta)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Daniel Sutan Gideon

NIM : 55118120059

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 15 Februari 2021

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

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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, 15 Februari 2021



(Daniel Sutan Gideon)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Daniel Sutan Gideon
NIM : 55118120059
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul “**Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Effort Expectancy* Dengan *Intention to Use* sebagai Variabel *Intervening* Terhadap *Use Behavior Mobile Banking* (Study Pada Bank BNI di DKI Jakarta)**”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 19/01/2021, didapatkan nilai persentase sebesar 30 %.

Jakarta, 19 Januari 2021
Administrator Turnitin


Arie Pangudi, A.Md

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR


Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: "Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Effort Expectancy dengan Intention To Use sebagai Variabel Intervening terhadap Use Behavior Mobile Banking (Study pada Bank BNI di DKI Jakarta)". Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus, selaku Direktur Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Mirza, ST, MM, selaku Dosen pembimbing Tesis yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga terselesaikannya Tesis ini.
5. Dr. Ririn Wulandari, SE, MM, selaku Ketua penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
6. Dr. Mudji Sabar, SE, MBA, selaku Penguji dalam Uji sidang Tesis yang memberikan masukan hingga lebih sempurnanya Tesis ini.
7. Teristimewa, Ibu tercinta yang selalu memberikan semangat, doa dan mendukung setiap langkah dalam perjalanan menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 17 Februari 2021



Daniel Sutan Gideon

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3. Rumusan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Kontribusi Penelitian.....	14
1.5.1. Kontribusi Praktis.....	14
1.5.2. Kontribusi Teoritis.....	14
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka.....	16
2.1.1. Konsep Teori yang digunakan.....	16
2.1.2. Konsep Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior</i>)....	17
2.1.3. Konsep Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>).....	18
2.1.4. Konsep Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>)....	20
2.1.5. Konsep Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>).....	21
2.1.6. Minat menggunakan (<i>Intention to Use</i>).....	22
2.1.7. Perilaku penggunaan (<i>Use Behavior</i>).....	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	27
2.3. Kerangka Pemikiran.....	35
2.3.1. Hubungan pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use mobile banking</i>	36
2.3.2. Hubungan pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use mobile Banking</i>	38
2.3.3. Hubungan pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Intention to Use mobile banking</i>	40
2.3.4. Hubungan pengaruh <i>Intention to Use mobile banking</i> terhadap <i>Use Behavior mobile banking</i>	41
2.4. Hipotesis.....	43

BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis penelitian	44
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data	46
3.4. Populasi dan Metode Sampling	47
3.5. Metode Analisis	49
3.5.1. Spesifikasi Model (Model <i>Spesification</i>)	51
3.5.2. Identifikasi Model	52
3.5.3. Estimasi (<i>Estimation</i>)	53
3.5.4. Uji Kecocokan (Goodness of Fit)	53
3.5.5. Kecocokan Model Pengukuran (Analisis Model Pengukuran)	54
3.5.6. Kecocokan Model Struktural (Analisis Model Struktural)	55
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Perusahaan	60
4.1.1. Sejarah singkat PT.BNI (persero) tbk.	60
4.2. Hasil Penelitian	63
4.2.1. Karakteristik responden	63
4.2.2. Hasil Analisis SEM	66
4.3. Pembahasan	83
4.3.1. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> (X1) terhadap <i>Intention to Use</i> (Y1)	83
4.3.2. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> (X2) secara signifikan terhadap <i>Intention to Use</i> (Y1)	85
4.3.3. Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> (X3) secara signifikan terhadap <i>Intention to Use</i> (Y1)	87
4.3.4. Pengaruh <i>Intention to Use</i> (Y1) secara signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> (Y2)	89
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	118

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penggunaan dan transaksi Mobile Banking per semester 1 2019	6
Tabel 2.1 Mapping Jurnal Penelitian	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	45
Tabel 3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	47
Tabel 3.3 Rangkuman Ukuran Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	65
Tabel 4.2 <i>Goodness of fit full model</i>	67
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	71
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	73
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Effort Expectancy</i> ..	75
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Intention to Use</i>	77
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Use Behavior</i>	78
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.2 Pemanfaatan internet dalam bidang Ekonomi.....	3
Gambar 1.3 Digital Banking paling sering digunakan saat pandemi.....	4
Gambar 1.5 Top Brand Award Produk Tabungan Perbankan 2020	8
Gambar 1.6 Hasil Pra Survey.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1 Path Diagram Penelitian.....	52
Gambar 4.1 Konstruk Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (X1) Berdasarkan <i>Standard Solution</i>	69
Gambar 4.2 Konstruk Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (X1) Berdasarkan nilai T Value.....	70
Gambar 4.3 Konstruk Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (X2) Berdasarkan <i>Standard Solution</i>	71
Gambar 4.4 Konstruk Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (X2) Berdasarkan nilai T Value.....	72
Gambar 4.5 Konstruk Variabel <i>Effort Expectancy</i> (X3) Berdasarkan <i>Standard Solution</i>	73
Gambar 4.6 Konstruk Variabel <i>Effort Expectancy</i> (X2) Berdasarkan nilai T Value	74
Gambar 4.7 Konstruk Variabel <i>Intention to Use</i> (Y1) Berdasarkan <i>Standard Solution</i>	75
Gambar 4.8 Konstruk Variabel <i>Intention to Use</i> (Y1) Berdasarkan nilai T Value.....	76
Gambar 4.10 Konstruk Variabel <i>Use Behavior</i> (X2) Berdasarkan nilai T Value	78
Gambar 4.11 Hasil Model Struktural berdasarkan nilai t-value	79
Gambar 4.12 Hasil Model Struktural BNI <i>Mobile Banking (standard Solution)</i>	80
Gambar 4.13 Output Model Persamaan Struktural	82

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	iv
Lampiran 1. Kuesioner.....	102
Lampiran 2. Rekapitulasi Hasil Kuesioner	106
Lampiran 3. Hasil Ananlisis Data	109
Lampiran 4. DAFTAR RIWAYAT HIDUP	118
Lampiran 5. HASIL TURNITIN.....	120

