

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *SECURITY* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN BNI *MOBILE BANKING*
(Kajian Pada Nasabah BNI Kantor Cabang Pembantu Arkadia)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Neva Kurnia Tambunan

NIM : 43116120068

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2020

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *SECURITY* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN BNI *MOBILE BANKING* (Kajian Pada Nasabah BNI Kantor Cabang Pembantu Arkadia)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Neva Kurnia Tambunan

NIM : 43116120068

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Neva Kurnia Tambunan

Nim : 43116120068

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 Juli 2020



Neva Kurnia Tambunan

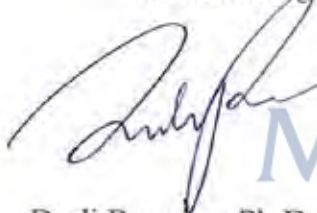
NIM 43116120068

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Neva Kurnia Tambunan
Nim : 43116120068
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*
dan *Security* terhadap Keputusan Nasabah menggunakan
BNI *Mobile Banking* (Kajian pada Nasabah BNI Kantor
Cabang Arkadia)
Tanggal Lulus Ujian : 1 Juli 2020

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dudi Permana Ph.D

Tanggal : 27 Juli 2020

Ketua Penguji



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si.,

Tanggal : 27 Juli 2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 27 Juli 2020

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Daru Asih., M.Si.

Tanggal : 27 Juli 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Security* terhadap Keputusan Nasabah menggunakan BNI *Mobile Banking* di BNI Kantor Cabang Pembantu Arkadia. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner dan data sekunder dari internal BNI. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *Partial Least Square* (smartPLS 3.0). Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian penjelasan dengan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 127 responden dengan teknik *purposive sampling* dan metode yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BNI *Mobile Banking*, (2) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BNI *Mobile Banking* dan (3) *Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BNI *Mobile Banking*.

Kata Kunci : Keputusan Penggunaan, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Security*



ABSTRACT

This study aims to analyze the Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Security on Customer Decisions using BNI Mobile Banking at BNI KCP Arkadia. The data used are primary data by using questionnaires and secondary data from internal BNI. Data were analyzed using Structural and Equation Model (SEM) using Partial Least Square (smartPLS 3.0). This research uses explanatory research design with quantitative method. The samples in this study was taken as many 127 respondents, with a purposive sampling technique and methods used are non-probability sampling. The results of this research show that (1) Perceived Usefulness has a positive and significant effect on the decision to use BNI Mobile Banking, (2) Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on the decision to use BNI Mobile Banking and (3) Security has a positive and significant effect on the decision to use BNI Mobile Banking.

Keyword: *Usages Decisions, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Security*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi penelitian ini dengan judul “PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *SECURITY* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN BNI *MOBILE BANKING* (Kajian Pada Nasabah BNI Kantor Cabang Pembantu Arkadia)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih secara khusus kepada Bapak Dudi Permana, Ph,D selaku pembimbing skripsi saya yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dan arahan, tenaga, pikiran, memberi nasehat, petunjuk dan dorongan yang besar manfaatnya bagi penulis selama menuliskan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, doa, serta saran dari berbagai pihak, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih., M.Si. selaku Ketua program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Nur Endah Retno Wuryandari, S.Sos, MM selaku Dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Yuhasril, SE, ME selaku Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir Universitas Mercu Buana.
6. Kepada orang tua dan adik Penulis yang penuh kasih dan sayang dalam mendidik dan memberi motivasi serta doa kepada penulis.
7. Sahabat-sahabat dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 1 Juli 2020



Neva Kurnia Tambunan

NIM 43116120068

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Perilaku Konsumen.....	11
2. Keputusan Pembelian.....	14
3. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	19
4. <i>Perceived Usefulness</i>	21
5. <i>Perceived Ease of Use</i>	22
6. <i>Security</i>	24
7. Penelitian Terdahulu.....	26
8. Hubungan Antar Variabel.....	33
B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	35
1. Kerangka Konseptual.....	36

2. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	39
1. Definisi Variabel	39
2. Definisi Operasional Variabel.....	41
D. Skala Pengukuran Variabel.....	42
E. Populasi dan Sampel.....	43
1. Populasi.....	43
2. Sampel.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
G. Metode Analisis Data.....	46
1. Analisis <i>Partial Least Square</i>	46
2. Langkah-langkah pengujian analisis PLS	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
B. Analisis Karakteristik Profil Responden	54
C. Analisis Karakteristik Jawaban Responden.....	57
D. Metode Analisis Data.....	61
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Pertumbuhan Pengguna Internet	2
Gambar 1.2	Persentase Pengguna SMS/ <i>Mobile Banking</i>	3
Gambar 1.3	Hasil Kuesioner Pra Survey	6
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan	14
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4 1	Uji <i>Convergent Validity</i>	63
Gambar 4 2	Uji <i>Convergent Validity</i>	65
Gambar 4 3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	73



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	Pertumbuhan Jumlah User, Jumlah Transaksi dan Volume Transaksi	4
Tabel 1. 2	Laporan Jumlah Transaksi Pembukaan Rekening&Aktivasi <i>Mobile Banking</i>	5
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1	Variabel Penelitian	41
Tabel 3. 2	Skala Likert	43
Tabel 4. 1	Deskripsi Responden Menurut Jenis kelamin	54
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Menurut Usia	55
Tabel 4. 3	Deskripsi Responden Menurut Pendidikan	56
Tabel 4. 4	Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan	57
Tabel 4. 5	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Penggunaan	58
Tabel 4. 6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	59
Tabel 4. 7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	60
Tabel 4. 8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Security</i>	61
Tabel 4. 9	Hasil Uji Convergent Validity	63
Tabel 4. 10	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi)	65
Tabel 4. 11	Hasil Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Validity</i>	66
Tabel 4. 12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	67
Tabel 4. 13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	68
Tabel 4. 14	Hasil Uji <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	69
Tabel 4. 15	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R²)</i>	70
Tabel 4. 16	Hasil Uji Nilai <i>f Square</i>	72
Tabel 4. 17	Hasil Uji Hipotesis	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	87
Lampiran 2 : Hasil tabulasi data	91
Lampiran 3: Hasil evaluasi Uji Measurment Model (Outer Model)	98
Lampiran 4: Hasil Evaluasi Measurment Model (Inner Model)	101

