



**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT UNTUK MENGADOPSI
DIGITAL BANKING OLEH NASABAH TABUNGAN DIGITAL
(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri)**

TESIS

oleh

Siti Nurmaliki

55119110156

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



**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT UNTUK
MENGADOPSI
DIGITAL BANKING OLEH NASABAH TABUNGAN DIGITAL
(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Siti Nurmaliki

55119110156

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul: Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk Mengadopsi Digital Banking Oleh Nasabah Tabungan Digital (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri)

Bentuk Tesis: Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama: Siti Nurmaliki

NIM: 55119110156

Program: Magister Manajemen

Tanggal: 25 Juni 2021

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Mirza, ST, MM)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus)



(Dr. Indra Siswanti, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul: Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk Mengadopsi Digital Banking Oleh Nasabah Tabungan Digital (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri)

Bentuk Tesis: Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama: Siti Nurmaliki

NIM: 55119110156

Program: Magister Manajemen

Tanggal: 25 Juni 2021

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Studi 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, 25 Juni 2021



(Siti Nurmaliki)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Siti Nurmaliki
NIM : 55119110156
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk Mengadopsi Digital Banking Oleh Nasabah Tabungan Digital (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri)”,
telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 31/05/2021,
didapatkan nilai persentase sebesar 15%.

Jakarta, 31 Mei 2021
Administrator Turnitin


Arie Pangudi, A.Md

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk Mengadopsi Digital Banking Oleh Nasabah Tabungan Digital (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dalam Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari beberapa pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada Dr. Mirza, ST, MM selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Selain itu tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih 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. Dr. Indra Siswanti, MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, Ph.D, selaku Penguji pada Seminar Proposal dan Ketua Penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
5. Dr. Syafrizal Chan, selaku Penguji pada Seminar Hasil, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.

6. Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D selaku Penguji dalam Uji sidang Tesis yang memberikan masukan hingga lebih sempurnanya Tesis ini.
7. Teristimewa, Ibu dan Daddy tercinta dan keluarga yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.
8. Teman seperjuangan di kelas 401 (Christy, Sedky, Balqis, Anis, Noya, Rian) dan Chris, Mario, Deon dan teman-teman Syariah Mandiri yang dengan kasih sayang dan kesabarannya membantu dan memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam pengembangan aplikasi layanan Mandiri Syariah Mobile (MSM) di Bank Syariah Mandiri.

Jakarta, 25 Juni 2021



Siti Nurmaliki



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah perbankan dalam menggunakan aplikasi Tabungan Digital di Indonesia. Dimana faktor-faktor tersebut diperoleh dari dua teori yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) diantaranya manfaat yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, persepsi kontrol perilaku. Serta ditambah variabel lainnya yaitu *social influence* dan *trust*.

Jenis penelitian adalah deskriptif dan verivikatif, sehingga metode penelitian yang digunakan yaitu eksplanatori survey. Adapun yang menjadi populasi adalah nasabah Tabungan Digital pada perbankan yang memiliki produk Tabungan Digital di DKI Jakarta. Adapun jumlah sampel yang dibutuhkan sebesar 174 nasabah, menggunakan rumus Hair, dengan teknik sampling purposive sampling. Penelitian ini akan diuji dan dianalisis menggunakan uji statistik Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga variabel yang mempengaruhi niat menggunakan aplikasi Tabungan Digital yaitu niat menggunakan, sikap dan kepercayaan. Sedangkan variabel kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, kontrol perilaku dan pengaruh sosial tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap niat menggunakan aplikasi Tabungan Digital.

Keywords: TPB, TAM, Trust, Social Influence, Niat Menggunakan dan Perilaku Penggunaan Aplikasi Tabungan Digital

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine and examine the factors that influence the behavior of banking customers in using the Digital Savings application in Indonesia. Where these factors are obtained from two theories, namely Technology Acceptance Model (TAM) and Theory of Planned Behavior (TPB), including perceived benefits, perceived ease of use, attitudes, perceptions of behavioral control. And added other variables, namely social influence and trust.

This type of research is descriptive and verification, so the research method used is explanatory survey. The population is Digital Savings customers at banks that have Digital Savings products in DKI Jakarta. The number of samples required is 174 customers, using the Hair formula, with purposive sampling technique. This study will be tested and analyzed using the Multiple Linear Regression statistical test.

The results showed that there were three variables that influenced the intention to use the Digital Savings application, namely intention to use, attitude and belief. While the variables of ease of use, perceived benefits, behavioral control and social influence did not significantly affect the intention to use the Digital Savings application.

Keywords: TPB, TAM, Trust, Social Influence, Intention to Use and Behavior of Using Digital Savings Applications

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kontribusi Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	19
2.1.1 Konsep Teori Yang Digunakan.....	19
2.1.2 Konsep Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>)	25
2.1.3 Konsep Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>).....	25
2.1.4 Sikap (<i>Attitude</i>).....	26
2.1.5 Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>).....	27

2.1.6	<i>Perceived Behavior Control</i>	27
2.1.7	Kepercayaan (<i>Trust</i>)	28
2.1.8	Niat Menggunakan (<i>Intention to Use</i>)	28
2.1.9	Perilaku Penggunaan (<i>Use Behavior</i>)	29
2.2	Pengembangan Hipotesis.....	30
2.3	Penelitian Terdahulu.....	36
2.4	Kerangka Konseptual.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
3.2	Jenis Penelitian.....	41
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.4	Populasi dan Metode Sampling.....	45
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.6	Metode Analisis.....	48
3.7	Spesifikasi Model (Model Specification).....	51
3.7.1	Identifikasi Model.....	51
3.7.2	Estimasi (<i>Estimation</i>).....	52
3.7.3	Uji Kecocokan (<i>Goodness of Fit</i>).....	52
3.7.4	Kecocokan Model Pengukuran (Analisis Model Pengukuran).....	53
3.7.5	Kecocokan Model Struktural (Analisis Model Struktural).....	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Perusahaan.....	59
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	59
4.1.2	Produk Layanan.....	61
4.2	Hasil Penelitian.....	64
4.2.1	Karakteristik Demografis Responden.....	64
4.2.2	Analisa Deskriptif Hasil Jawaban Kuesioner.....	69

4.2.3 Hasil Analisis SEM.....	77
4.2.4 Hasil Analisis Model Struktural.....	80
4.3 Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSAKA	99
LAMPIRAN.....	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Rekening Tabungan Digital.....	6
Tabel 1.2. Hasil Kajian Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2.1. Hasil Kajian Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2. Rangkuman Ukuran Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	55
Tabel 4.1. Karakteristik Demografis Responden.....	65
Tabel 4.2. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (PU) (X1).....	69
Tabel 4.3. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Perceived Easy of Use</i> (X2).....	70
Tabel 4.4. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Attitude</i> (X3).....	71
Tabel 4.5. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Social Influence</i> (X4).....	72
Tabel 4.6. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Perceived Behavior Control</i> (PBC) (X5).....	73
Tabel 4.7. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Trust</i> (X6).....	74
Tabel 4.8. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Intention to Use</i> (Y1).....	75
Tabel 4.9. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Use Behavior</i> (Y2).....	76
Tabel 4.10. <i>Goodness of Fit Full Model</i>	77
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Model Pengukuran.....	79
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Hipotesis.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pengguna Internet Di Indonesia Kuartal II Tahun 2020.....	2
Gambar 1.2. Penggunaan Internet Melalui Smartphone/Handphone.....	3
Gambar 2.1. Constructing TPB: Conceptual and Methodological Consideration (Ajzen, 2002).....	24
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual.....	40
Gambar 4.1. Perubahan Nama Bank Mandiri Syariah.....	59
Gambar 4.2. Hasil Model Struktural berdasarkan nilai t-value.....	81
Gambar 4.3. Hasil Model Struktural Tabungan Digital (<i>standard Solution</i>).....	83

