



Analisis Model Continuanse Intention
Pengguna Internet Banking Pada Masa Pandemi
COVID-19

TESIS

Putri Gunanti

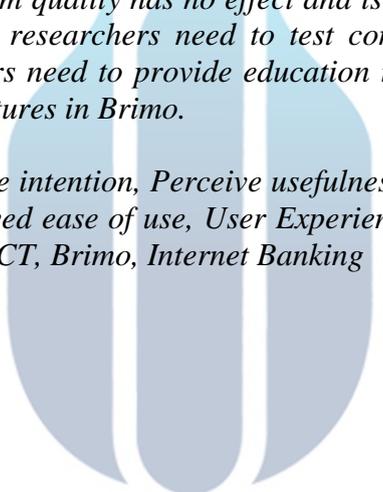
55119120186

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

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the Continuance Intention model of BRI internet banking users. There are several factors that influence the continuance intention of internet banking users. The study involved 384 respondents who are BRI Bank customers. Researchers used Partial Least Square (PLS) as a technique used to analyze measurements and structural models. The results of this study indicate that satisfaction, attitude have a positive and significant effect on continuance intention. Perceive usefulness, satisfaction has a positive and significant effect on attitude, while perceived ease of use is not significant. User experience has an effect on satisfaction. Quality of information has a positive and significant effect on perceived ease of use, while system quality has no effect and is not significant. Theoretical and practical implications, researchers need to test continuance intention using other variables and marketers need to provide education to customers about the benefits, and usability of the features in Brimo.

Keywords: Continuance intention, Perceive usefulness, Attitude, satisfaction, Quality of Information, Perceived ease of use, User Experience, System Quality, Technology Continuance Theory, TCT, Brimo, Internet Banking



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis model *continuance intention* pengguna internet banking BRI. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *continuance intention* pengguna internet banking. Studi melibatkan 384 responden yang merupakan nasabah Bank BRI. Peneliti menggunakan Partial Least Square (PLS) sebagai teknik yang digunakan untuk menganalisis pengukuran dan model struktural. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *satisfaction*, *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. *Perceive usefulness*, *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude*, sedangkan *perceived ease of use* tidak signifikan. *User experience* berpengaruh terhadap *satisfaction*. *Quality of information* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived ease of use*, sedangkan *system quality* tidak berpengaruh dan tidak signifikan. Implikasi teoritis dan praktis, peneliti perlu melakukan pengujian *continuance intention* menggunakan variabel lain dan pemasar perlu memberikan edukasi pada nasabah mengenai manfaat, dan kegunaan dari fitur-fitur yang ada di Brimo.

Kata kunci: *Continuance intention*, *Perceive usefulness*, *Attitude*, *satisfaction*, *Quality of Information*, *Perceived ease of use*, *User Experience*, *System Quality*, *Technology Continuance Theory*, TCT, Brimo, Internet Banking

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Model *Continuance Intention* Pengguna
Internet Banking Pada Masa Pandemi COVID-19

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Putri Gunanti

NIM : 55119120186

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 08 November 2021

Mengesahkan

Pembimbing



Dudi Permana, Ph.D.

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Indra Siswanti, MM

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Model *Continuance Intention* Pengguna Internet Banking Pada Masa Pandemi COVID-19
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Putri Gunanti
NIM : 55119120186
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 08 November 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, 08 November 2021



(Putri Gunanti)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Putr Gunanti
NIM : 55119120186
ProgramStudi : Magister Management

Dengan judul “Analisis Model *Continuance Intention* Pengguna Internet Banking Pada Masa Pandemi Covid-19”. Telah dilakukan pengecekan similarity dengan system Turnitin pada tanggal 07/10/2021, didapatkan nilai persentase sebesar 18 %.

Jakarta, 07 Oktober 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: “Analisis *Continuance Intention* Pengguna Internet banking Pada Masa Pandemi COVID-19”. 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 dan bantuan Pak Dudi Permana, PhD selaku dosen pembimbing, serta 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. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Indra Siswanti, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
4. Teristimewa, Orangtua dan keluarga tercinta, serta sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan.

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1. Kajian Teori	12
2.1.1. TCT (Technology Continuance Theory)	12
2.1.2. <i>Continuance Intention</i>	13
2.1.2.1 Definisi Continuance Intention.....	13
2.1.2.2. Indikator <i>Continuance Intention</i>	14
2.1.3. <i>Attitude</i>	15
2.1.3.1. Definisi <i>Attitude</i>	15
2.1.3.2. Indikator <i>Attitude</i>	15
2.1.4. <i>Satisfaction</i>	16
2.1.4.1. Definisi <i>Satisfaction</i>	16
2.1.4.2. Indikator <i>Satisfaction</i>	17
2.1.5. <i>User Experience</i>	17
2.1.5.1. Definisi <i>User Experience</i>	17
2.1.5.2. Indikator <i>User Experience</i>	18
2.1.6. <i>Perceived Ease of Use</i>	19

2.1.6.1. Definisi <i>Perceived Ease of Use</i>	19
2.1.6.2. Indikator <i>Perceived Ease of Use</i>	20
2.1.7. <i>Perceived Usefulness</i>	20
2.1.7.1. Definisi <i>Perceived Usefulness</i>	20
2.1.7.2. Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	21
2.1.8. Definisi <i>Quality of Information</i>	21
2.1.8.1. Definisi <i>Quality of Information</i>	21
2.1.8.2. Indikator <i>Quality of Information</i>	22
2.1.9. <i>System Quality</i>	23
2.1.9.1. Definisi <i>System Quality</i>	23
2.1.9.2. Indikator <i>System Quality</i>	24
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Pengembangan Hipotesis	34
2.3.1. Pengaruh <i>Attitude</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	34
2.3.2. Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	35
2.3.3. Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Attitude</i>	35
2.3.4. Pengaruh <i>User Experience</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	36
2.3.5. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude</i>	37
2.3.6. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Attitude</i>	37
2.3.7. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	38
2.3.8. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	39
2.3.9. Pengaruh <i>Quality of Information</i> Terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	39
2.3.10. Pengaruh <i>System Quality</i> Terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Desain Penelitian.....	42
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	43
3.2.1. Definisi Naratif	43
3.3. Operasionalisasi Variable.....	46
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.5. Metode Pengumpulan Data	49
3.6. Metode Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.2. Statistik Deskriptif	57
4.3. Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i>.....	67
4.3.1. Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)	68
4.3.1.1. Convergent Validity.....	69
4.3.1.2 Discriminant Validity	71
4.3.1.3. Uji Average Variance Extracted (AVE)	73
4.3.1.4. Uji Validity dan Reability Construct	74
4.3.2. Hasil Uji Inner Model	74
4.3.2.1. Koefisien Determinasi R-Square (R^2).....	75
4.3.2.2. Koefisien Determinasi f-Square (f^2).....	76
4.3.2.3. Uji Nilai Predictive Relevance (Q-Square)	77
4.4. Pembahasan.....	79
4.4.1 Analisis Variabel <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	79
4.4.2 Analisis Variabel <i>Atitude</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	80
4.4.3 Analisis Variabel <i>Satsfaction</i> Terhadap <i>Attitude</i>	81
4.4.4 Analisis Variabel <i>User Experience</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	82
4.4.5 Analisis Variabel <i>Perceived ease of Use</i> Terhadap <i>Attitude</i>	83
4.4.6 Analisis Variabel <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Attitude</i>	84
4.4.7 Analisis Variabel <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	85
4.4.8 Analisis Variabel <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	86
4.4.9 Analisis Variabel <i>Quality of Information</i> Terhadap <i>Perceived Ease of use</i> ...	87
4.4.10 Analisis Variabel <i>System Quality</i> Terhadap <i>Perceived Ease of use</i>	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1. Kesimpulan	89
5.2. Saran.....	91
5.2.1. Saran Teoritis	91
5.2.2. Saran Praktisi	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	99
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 2. Tabel Pra Survey	104

Lampiran 3. Tabel Kretjie Morgan.....	104
Lampiran 4. Rekapulasi Hasil Kuesioner.....	105



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu	25
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variable.....	46
Tabel 4.1. Deskripsi Responden 57	
Tabel 4.2. Analisa Jawaban Responden Terhadap <i>Continuance Intention</i>	60
Tabel 4.3. Analisa Jawaban Responden Terhadap <i>Attitude</i>	61
Tabel 4.4. Analisa Jawaban Responden Terhadap <i>Satisfaction</i>	62
Tabel 4.5. Analisa Jawaban Responden Terhadap <i>User Experience</i>	63
Tabel 4.6. Analisa Jawaban Responden Terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	64
Tabel 4.7. Analisa Jawaban Responden Terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	64
Tabel 4.8. Analisa Jawaban Responden Terhadap <i>Quality of Information</i>	65
Tabel 4.9. Analisa Jawaban Responden Terhadap <i>System Quality</i>	66
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Loading Faktor	70
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Discriminant Validity (<i>CrossLoading</i>)	72
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Discriminant Validity (<i>Fornell-Lacker Criterion</i>).....	73
Tabel 4.13. Hasil Pengujian AVE.....	73
Tabel 4.14. Hasil Pengujian <i>Validity</i> dan <i>Reability Construct</i>	74
Tabel 4.15. Hasil Uji R-Square	75
Tabel 4.16. Hasil Uji f-Square	76
Tabel 4.17. Hasil Pengujian Redudansi Validasi -Silang Konstruk.....	77
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Penetrasi Pengguna Internet.....	2
Gambar 1.2. Pertumbuhan Transaksi Digital Banking (%)	4
Gambar 1.3. Jumlah Transaksi Internet Banking.....	5
Gambar 1.4. Hasil Pra Survey.....	7
Gambar 2.2. Model Technology Continuance Theory, Liao et al., (2019).....	13
Gambar 2.3. Model Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1. Model Penelitian	78



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA