

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI
MANFAAT, DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN MOBILE BANKING BCA

(Studi Pada Nasabah Bank Central Asia Cabang Permata Hijau Jakarta Selatan)

SKRIPSI



Nama : Hafif Thoriq Shihab

NIM : 43116120098

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta

2022

i

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN
PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE
BANKING BCA

(Studi Pada Nasabah Bank Central Asia Cabang Permata Hijau Jakarta Selatan)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta

2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING
BCA**

(Studi Pada Nasabah BANK Central Asia Cabang Permata Hijau Jakarta Selatan)

Dibuat Oleh :

Hafif Thoriq Shihab

43116120098

Disetujui untuk Ujian Akhir Skripsi

pada Tanggal:

20 April 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing



Dr. Rina Astini, MM

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Hafif Thoriq Shihab
NIM : 43116120098
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi :
PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT,
DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN MOBILE BANKING BCA
(Studi Pada Nasabah Bank Central Asia Cabang Permata Hijau Jakarta
Selatan)
Tanggal Sidang : 20 April 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



UNIV Dr. Rina Astini, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 06221332



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hafif Thoriq Shihab

NIM : 43116120098

Program Studi : Manajemen S1

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 pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Maret 2022



Hafif Thoriq Shihab

NIM : 43116120098

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BCA. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Central Asia cabang Permata Hijau Jakarta Selatan sebanyak 100 responden dengan metode pengambilan sampel menggunakan convenience sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal. Metode analisis data digunakan SEM-Partial Least Square (PLS) dimana pengolahan datanya menggunakan program SmartPLS versi 3.0. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi MBCA. Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi MBCA. Persepsi Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi MBCA. Saran yang dapat dipertimbangkan pada penelitian selanjutnya yang ingin meneliti dapat memperluas area penelitian dengan karakteristik responden yang berbeda dan dengan jumlah sampel yang lebih banyak sehingga sampel penelitian lebih akurat, dan meneliti variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

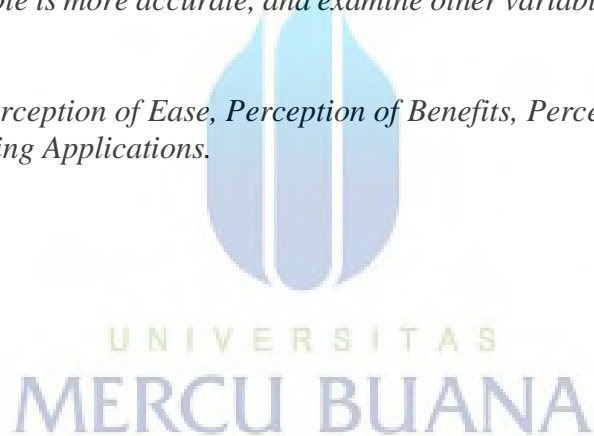
Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Minat Menggunakan Aplikasi.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived convenience, perceived usefulness, and perceived security on interest in using the Mobile banking BCA. The population and sample in this study were customers of Bank Central Asia at KCP Permata Hijau, South Jakarta City, as many as 100 respondents with the sampling method using convenience sampling. The data collection technique used is a questionnaire. This study uses a quantitative method with a causal approach. The data analysis method used SEM-Partial Least Square (PLS) where the data processing used the SmartPLS version 3.0 program. This study proves that the perception of convenience has a positive and significant effect on interest in using the MBCA application. Perception of Benefits has a positive and significant effect on interest in using the MBCA application. Security perception has no significant effect on interest in using the MBCA application. Suggestions that can be considered in further research that want to research can expand the research area with different characteristics of respondents and with a larger number of samples so that the research sample is more accurate, and examine other variables not examined in this study.

Keywords: Perception of Ease, Perception of Benefits, Perception of Security, Interest in Using Applications.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BCA, Studi Pada Nasabah Bank Central Asia Cabang Permata Hijau Jakarta Selatan”. 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 yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr Ngadino Surip, MS., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Rina Astini, MM.,CPM selaku dosen pembimbing skripsi dan anggota penguji 1 yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Dr. Zulfitri, MP, MM selaku ketua penguji ujian akhir skripsi yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Bapak Christian Kuswibowo, M.Sc., selaku penguji kedua ujian akhir skripsi yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
7. Bapak Ade Permata Surya, S.Gz, MM selaku dosen tugas akhir skripsi yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk skripsi ini.
6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.

8. Seluruh nasabah Bank Central Asia yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
9. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Tri Sutopo, Hidayattul Akmal, Fikriyansah, Ahmad Tesa dan seluruh teman-teman manajemen angkatan 2016 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga tercapai apa yang diinginkan.

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 hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 23 Maret 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Hafif Thoriq Shihab

DAFTAR ISI

Halaman

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	x
HALAMAN DAFTAR TABEL	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	14
1. Perilaku Konsumen	14
a. Pengertian Perilaku Konsumen	14
2. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	16
a. Pengertian TAM	16
3. Persepsi Konsumen	18
a. Pengertian Persepsi Konsumen	18
4. <i>Mobile Banking</i>	18
a. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	18
5. Minat	19
a. Pengertian Minat	19
b. Fungsi Minat	22
c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Aplikasi	22
d. Indikator Minat	23
6. Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	23
a. Pengertian Kemudahan Penggunaan	23
b. Indikator Persepsi Kemudahan	25
7. Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)	28
a. Pengertian Persepsi Manfaat	28

b. Indikator Persepsi Manfaat	28
8. Persepsi Keamanan	31
a. Pengertian Persepsi Keamanan	31
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Pengembangan Hipotesis	41
D. Rerangka Konseptual	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	46
B. Desain Penelitian	46
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	47
1. Definisi Variabel	47
a. Variabel Bebas	47
b. Variabel Terikat	47
2. Definisi Operasional Variabel	47
a. Definisi Operasional Variabel X1	47
b. Definisi Operasional Variabel X2	49
c. Definisi Operasional Variabel X3	50
d. Definisi Operasional Variabel Y	51
D. Skala Pengukuran Variabel	52
1. Definisi Skala Likert	52
E. Populasi dan Sampel Penelitian	53
1. Pengertian Populasi Penelitian	53
2. Pengertian Sampel Penelitian	54
F. Teknik Pengumpulan Data	55
G. Jenis Data Penelitian	56
H. Metode Analisis Data	56
1. Analisis Deskriptif	57
I. <i>Partial Least Square</i> (PLS)	57
1. <i>Evaluasi Measurement Model</i> (Outer Model)	58
2. <i>Evaluasi Structural Model</i> (Inner Model)	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek	61
B. Analisis Statistik Deskriptif	62
C. Metode Analisis Data SEM- <i>Partial Least Square</i> (PLS)	70
D. Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan Dan Saran	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	TOP BRAND INDEX (KATEGORI E-CHANNEL)	6
1.2	DATA JUMLAH TRANSAKSI NASABAH PT BANK BCA MELALUI JARINGAN LAYANAN FASILITAS <i>MOBILE BANKING</i> PADA PERIODE (2017 – 2020)	7
1.3	HASIL SURVEY PENDAHULUAN TELAAH JURNAL	8
2.1	INDIKATOR PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN	26
2.2	INDIKATOR PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN (KAJIAN 1)	26
2.3	INDIKATOR PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN (KAJIAN 2)	27
2.4	INDIKATOR PERSEPSI MANFAAT	29
2.5	INDIKATOR PERSEPSI MANFAAT (KAJIAN 1)	29
2.6	INDIKATOR PERSEPSI MANFAAT (KAJIAN 2)	30
2.7	PENELITIAN TERDAHULU	36
3.1	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PERSEPSI KEMUDAHAN	48
3.2	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PERSEPSI MANFAAT	50
3.3	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PERSEPSI KEAMANAN	51
3.4	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL MINAT	52
3.5	KETERANGAN BOBOT SKOR (SKALA LIKERT)	53
4.1	KARAKTERISTIK RESPONDEN	63
4.2	HASIL DESKRIPTIF JAWABAN KUESIONER PADA VARIABEL PERSEPSI KEMUDAHAN	66
4.3	HASIL DESKRIPTIF JAWABAN KUESIONER PADA VARIABEL PERSEPSI MANFAAT	67
4.4	HASIL DESKRIPTIF JAWABAN KUESIONER PADA VARIABEL PERSEPSI KEAMANAN	69
4.5	HASIL PENGUJIAN CONVERGENT VALIDITY	72
4.6	HASIL PENGUJIAN CONVERGENT VALIDITY (MODIFIKASI)	74
4.7	HASIL PENGUJIAN DISCRIMINANT VALIDITY (ROSS LOADINGS)	75
4.8	HASIL PENGUJIAN COMPOSITE RELIABILITY	77
4.9	HASIL R-SQUARE	78
4.10	HASIL UJI HIPOTESIS (BOOTSTRAPPING)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	DATA PENETRASI <i>SMARTPHONE</i> TERHADAP PENDUDUK DI INDONESIA PERIODE TAHUN (2017 – 2023)	2
1.2	DATA PENETRASI PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA PADA TAHUN 2019	3
1.3	HASIL SURVEY TOP BRAND INDEKS	6
1.4	HASIL SURVEY PENDAHULUAN TELAAH JURNAL	10
2.1	RERANGKA KONSEPTUAL PEMIKIRAN	44
4.1	HASIL ALGORITMA PLS	72
4.2	HASIL ALGORITMA PLS (MODIFIKASI)	73
4.3	HASIL BOOTSTRAPPING	80

