

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, EFISIENSI, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK
DIGITAL
(Studi pada PT. Bank Jago, Tbk.)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Aqmal Muhammad Khahfi
NIM : 43120110266

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, EFISIENSI, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK
DIGITAL
(Studi pada PT. Bank Jago, Tbk.)**

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Aqmal Muhammad Khahfi
NIM : 43120110266

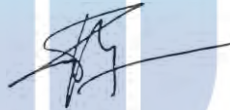
**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aqmal Muhammad Khahfi
NIM : 43120110266
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Efisiensi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Studi Pada PT. Bank Jago, Tbk.)
Tanggal Sidang : 6 Februari 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 02243424



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aqmal Muhammad Khahfi

NIM : 43120110266

Prodi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini murni hasil karya saya 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)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

UNIVERSITAS Jakarta, 6 Februari 2024
MERCU BUA



Aqmal Muhammad Khahfi

NIM: 43120110266

ABSTRAK

Peran teknologi menjadi sangat penting dalam transformasi bank digital sebagai adaptasi terhadap perubahan yang menghadirkan tren baru dalam industri perbankan untuk menyediakan layanan perbankan diharapkan dapat memperluas sekaligus mempermudah inklusi keuangan dan akses masyarakat terhadap layanan keuangan sehingga dapat dilakukan tanpa mengenal batasan waktu dan tempat. Bank Jago hadir sebagai bank digital pertama di Indonesia yang menjanjikan kemudahan bagi para nasabahnya untuk melakukan kegiatan perbankan dengan memanfaatkan teknologi, sehingga dapat mengurangi adanya interaksi langsung. Penelitian ini meneliti tentang faktor yang mempengaruhi minat menggunakan Bank Jago sebagai bank digital dengan variabel persepsi kemudahan, efisiensi, dan kepercayaan. Objek penelitian ini adalah pengguna atau nasabah *mobile banking* atau *internet banking* bank konvensional yang belum menggunakan Bank Jago sebagai bank digital di daerah Jabodetabek. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus *Hair* karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dengan total responden yang peneliti peroleh sebanyak 170 responden. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart-PLS* dengan sumber data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada responden yang belum menggunakan Bank Jago sebagai bank digital di daerah Jabodetabek. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan, efisiensi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan, kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Efisiensi, Kepercayaan, Minat Menggunakan, Bank Jago.

ABSTRACT

The role of technology has become crucial in the transformation of digital banking as an adaptation to changes that bring new trends in the banking industry. This aims to provide banking services that are expected to expand and simplify financial inclusion and public access to financial services without limitations of time and place. Bank Jago, as the first digital bank in Indonesia, promises convenience for its customers to engage in banking activities by leveraging technology, thus reducing direct interactions. This research examines the factors influencing the interest in using Bank Jago as a digital bank, with variables including perceived ease, efficiency, and trust. The research focuses on users or customers of conventional banks' mobile banking or internet banking who have not yet adopted Bank Jago as their digital bank in the Jabodetabek area. The sample size was determined using the Hair formula due to the unknown population size, and a total of 170 respondents were obtained. The research employed the Structural Equation Model (SEM) approach with Smart-PLS as the analysis tool. Data was collected through questionnaires distributed to respondents who had not used Bank Jago as their digital bank in the Jabodetabek area. The findings of this research indicate that perceived ease has a significantly positive influence on interest in usage, efficiency has a significantly positive influence on interest in usage, and trust has a significantly positive influence on interest in usage.

Keywords: *Perceived Ease, Efficiency, Trust, Interest in Usage, Bank Jago.*

MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas seluruh berkat, rahmat dan serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul penelitian **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Efisiensi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Studi Pada PT. Bank Jago, Tbk.)”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi mahasiswa untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Selama penyusunan skripsi ini, penulis mengatasi tidak sedikit rintangan dan hambatan yang di hadapi, namun berkat bantuan dari berbagai pihak untuk menyelesaikan hambatan dan rintangan tersebut penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya terutama kepada Dosen Pembimbing Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE., MM. Ph.D yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini. Penulis secara pribadi mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
- 2) Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- 3) Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- 4) Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D. selaku Ketua Dosen Penguji pada ujian akhir skripsi yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
- 5) Hamdan, SE, MM selaku Dosen Penguji pada ujian akhir skripsi yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
- 6) Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada mahasiswa. 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 penyusunan kuliah.
- 8) Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
- 9) Resqia Indah Atsila dan rekan rekan atas seluruh bantuan, diskusi, serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
- 10) Terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang melawan rasa malas, keraguan, dan lain sebagainya karena sudah mencapai di tahap ini, semoga untuk kedepannya diberikan kesuksesan.
- 11) Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada penulis sehingga mampu mencapai tahap ini.

Penulis sebagai orang biasa memahami bahwa penelitian ini tidak bebas dari kesalahan dan kelalaian, juga karena keterbatasan informasi pengalaman. Oleh karena itu, penyusun mengharapkan segala macam saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai kalangan. Di samping itu, penulis dengan tulus dan rendah hati meminta maaf jika karya ini memiliki kesalahan dan kelemahan. Semoga karya ini bisa bermanfaat dan dapat menambah ilmu khususnya bagi penyusun dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 6 Februari 2024



Aqmal Muhammad Khahfi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	21
C. Tujuan Penelitian.....	21
D. Kontribusi Penelitian.....	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	23
A. Kajian Pustaka.....	23
1. Pemasaran.....	23
2. Manajemen Pemasaran.....	24
3. Pemasaran Jasa	26
4. Perilaku Konsumen	28
5. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	31
6. Persepsi Kemudahan	33
7. Efisiensi	35
8. Kepercayaan	37
9. Minat Menggunakan.....	39
10. Bank Digital.....	40
B. Penelitian Terdahulu.....	44

C. Pengembangan Hipotesis	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	58
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	58
B. Desain Penelitian.....	58
C. Definisi dan Operasional Variabel	59
1. Definisi Variabel	59
2. Operasional Variabel.....	60
D. Skala Pengukuran Variabel	63
E. Populasi dan Sampel Penelitian	64
1. Populasi Penelitian.....	64
2. Sampel penelitian.....	65
F. Metode Pengumpulan Data.....	67
G. Metode Analisis Data	68
1. Analisis Statistik Deskriptif	68
2. Metode <i>Structural Equation Modeling –Partial Least Square</i>	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
A. Analisis Deskriptif	75
a) Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
b) Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	76
c) Deskriptif Responden Berdasarkan Domisili	77
d) Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan	78
e) Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
f) Deskriptif Responden Berdasarkan Penghasilan.....	80
g) Deskriptif Perilaku <i>Online</i> Responden Berdasarkan Akses Internet yang Sering Digunakan	81
h) Deskriptif Perilaku <i>Online</i> Responden Berdasarkan Berapa Kali Dalam Seminggu Mengakses Aplikasi Perbankan.....	82
i) Deskriptif Perilaku <i>Online</i> Responden Berdasarkan Fitur Aplikasi Perbankan yang Sering Digunakan.....	83
j) Deskriptif Perilaku <i>Online</i> Responden Berdasarkan Fitur Belanja <i>Online</i> yang Sering Digunakan untuk Pembayaran Melalui Aplikasi Perbankan	84

a) Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan.....	86
b) Deskriptif Variabel Efisiensi.....	87
c) Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	88
d) Deskriptif Variabel Minat Menggunakan.....	90
B. Metode Analisis Data.....	91
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer)</i> Model.....	92
2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>) dan Uji Hipotesis.....	100
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	105
1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan.....	105
2. Pengaruh Efisiensi terhadap Minat Menggunakan.....	107
3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan.....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
A. Kesimpulan.....	112
B. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN.....	126



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Pengguna Internet	1
Gambar 1. 2 Tingkat Pemilik Perangkat	3
Gambar 1. 3 Jumlah Transaksi Pengguna Uang Elektronik.....	5
Gambar 1. 4 Nilai Transaksi Bank Digital	7
Gambar 1. 5 Pengguna <i>Internet</i> dan <i>Mobile Banking</i>	8
Gambar 1. 6 Jumlah Kantor Cabang Bank Konvensional	10
Gambar 1. 7 Perbandingan Nasabah Bank Konvensional dan Digital.....	11
Gambar 1. 8 Nasabah Bank Konvensional	12
Gambar 1. 9 Bank Digital	13
Gambar 1. 10 Pengguna Bank Digital.....	14
Gambar 1. 11 Survey Kepuasan Nasabah Bank Jago	16
Gambar 2. 1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	32
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	57
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS	94
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>Bootsrapping</i> (Uji T-Statistic).....	104

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survey Penelitian	18
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel	60
Tabel 3.2 Skala Likert	64
Tabel 4. 1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4. 2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4. 3 Deskriptif Responden Berdasarkan Domisili	77
Tabel 4. 4 Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan.....	78
Tabel 4. 5 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 4. 6 Deskriptif Responden Berdasarkan Penghasilan.....	80
Tabel 4. 7 Deskriptif Perilaku <i>Online</i> Responden Berdasarkan Akses Internet yang Sering Digunakan.....	81
Tabel 4. 8 Deskriptif Perilaku <i>Online</i> Responden Berdasarkan Berapa Kali Dalam Seminggu Mengakses Aplikasi Perbankan	82
Tabel 4. 9 Deskriptif Perilaku <i>Online</i> Responden Berdasarkan Fitur Aplikasi Perbankan yang Sering Digunakan	83
Tabel 4. 10 Deskriptif Perilaku <i>Online</i> Responden Berdasarkan Fitur Belanja <i>Online</i> yang Sering Digunakan Untuk Pembayaran Melalui Aplikasi Perbankan.....	84
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan.....	86
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Efisiensi	87
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan	88
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Variabel Minat Menggunakan.....	90
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	93
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Formell Lacker Critention)</i>	95
Tabel 4. 17 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	96
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	97
Tabel 4. 19 Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i>	98

Tabel 4. 20 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i>	99
Tabel 4. 21 Nilai Variabel Endogen	100
Tabel 4. 22 Hasil Pengujian <i>f-Square</i>	101
Tabel 4. 23 Hasil Pengujian Redudansi Validasi -Silang Konstruk (<i>Q-Square</i>)	102
Tabel 4. 24 Hasil Pengujian Hipotesis	103



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pra Survey Penelitian	126
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian.....	127
Lampiran 3: Hasil Kuesioner Penelitian	133
Lampiran 4: Deskriptif Responden	151
Lampiran 5: Hasil Uji Deskriptif Variabel	156
Lampiran 6: Hasil Uji Partial Least Square	159
Lampiran 7: Hasil Uji Reabilitas.....	162
Lampiran 8: Hasil Uji Inner Model.....	163

