

***TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL PADA LAYANAN
DIGITAL BANKING LIVIN' BANK MANDIRI TERHADAP
KEPERCAYAAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN***

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen**



Oleh

**RIA MARLINA
NIM: 2211021032**


**PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Ria Marlina

NIM : 2211021032

Tanda Tangan : 

Tanggal : 3 Agustus 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Ria Marlina
NIM : 2211021032
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*
PADA LAYANAN DIGITAL BANKING LIVIN' BANK MANDIRI
TERHADAP KEPERCAYAAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, ST, MM 

Penguji : Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD 
Muchsin

Penguji : Arief Bimantoro Suharko, Ph.D 
c., MBA., PhD

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 03 Agustus 2023

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dr. Jerry Heikal, ST, MM, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan memberikan ilmu, saran dan bimbingan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan tesis ini.
- 2) Orang tua, adik -adik dan keluarga saya yang telah memberikan dukungan material dan moral.
- 3) Seluruh teman-teman kantor Bank Mandiri Cabang Jakarta Permata Hijau yang telah membantu dan mendukung selama proses belajar penulis di Universitas Bakrie.
- 4) Sahabat dan teman-teman saya yang telah mendukung saya dalam proses belajar.
- 5) Seluruh teman-teman Batch 17 yang selalu mendukung penulis dalam proses perkuliahan di Universitas Bakrie dari awal hingga akhir perkuliahan.
- 6) Pihak-pihak lain yang tanpa penulis sadari membantu terwujudnya penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 03 Agustus 2023

Ria Marlina

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ria Marlina
NIM : 2211021032
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL PADA LAYANAN DIGITAL BANKING LIVIN’ BANK MANDIRI TERHADAP KEPERCAYAAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 03 Agustus 2023

Yang menyatakan



(Ria Marlina)

**TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL PADA LAYANAN DIGITAL
BANKING LIVIN' BANK MANDIRI TERHADAP KEPERCAYAAN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

Ria Marlina¹ dan Dr. Jerry Heikal, ST, MM²

¹Program studi Manajemen, Universitas Bakrie

riamarlina56@gmail.com, jerry.heikal@bakrie.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji model penelitian yang diharapkan dan bisa mendapatkan hasil pengaruh dari *technology acceptance model* pada layanan *digital banking livin'* Bank Mandiri terhadap kepercayaan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. Data responden kuesioner diperoleh dari nasabah Bank Mandiri yang sudah menggunakan layanan *digital banking livin'* Bank Mandiri kemudian dilakukan penyebaran kuesioner secara online melalui *platform "qualtric"* kepada 150 responden. Pada penelitian ini dilakukan 5 pengujian terhadap hipotesis berdasarkan indikator variabel yang telah disusun menggunakan analisis SEM PLS (*partial least square*) dengan metode SmartPLS. Pengujian terdiri dari Outer Model yaitu : Uji *Convergent Validity*, Uji *Discriminant Validity*, Uji *Average Variance Extracted (AVE)*, Uji *Composite Reliability*, Uji *Cronbach Alpha*. Kemudian pengujian dari inner model yaitu hasil *Bootstrapping*. Pengujian hipotesis yang menunjukkan adanya hubungan yang berpengaruh langsung secara positif dan signifikan antara lain: H1: *Perceived Usefulness* terhadap Loyalitas Pelanggan, H2: *Perceived Ease of Use* terhadap Loyalitas Pelanggan, H3: *Perceived Usefulness* terhadap Kepercayaan Pelanggan. H4: *Perceived Ease of Use* terhadap Kepercayaan Pelanggan, H5: Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi yang baik secara teoritis dan untuk penelitian lanjutan. Selain itu, implikasi penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan perbankan lainnya untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin baik.

Kata kunci : *technology acceptance model*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

***TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL ON DIGITAL BANKING
SERVICE LIVIN' BANK MANDIRI ON TRUST AND ITS IMPACT ON
CUSTOMER LOYALTY***

Ria Marlina¹ dan Dr. Jerry Heikal, ST, MM²
¹Program studi Manajemen, Universitas Bakrie
riamarlina56@gmail.com, jerry.heikal@bakrie.ac.id

ABSTRACT

This study aims to test the expected research model and be able to obtain the results of the influence of the technology acceptance model on digital banking services livin' Bank Mandiri on trust and its impact on customer loyalty. Questionnaire respondent data was obtained from Bank Mandiri customers who had used digital banking service livin' Bank Mandiri' and then distributed questionnaires online through the "Qualtric" platform to 150 respondents. In this study, 5 hypotheses were tested based on variable indicators that had been compiled using SEM PLS (partial least squares) analysis with the SmartPLS method. The test consists of the Outer Model, namely: Convergent Validity Test, Discriminant Validity Test, Average Variance Extracted (AVE) Test, Composite Reliability Test, Cronbach Alpha Test. Then testing the inner model, namely the results of Bootstrapping. Testing the hypothesis which shows that there is a relationship that has a direct positive and significant effect includes: H1: Perceived Usefulness on Customer Loyalty, H2: Perceived Ease of Use on Customer Loyalty, H3: Perceived Usefulness on Customer Trust. H4: Perceived Ease of Use on Customer Trust, H5: Customer Trust on Customer Loyalty. This research is expected to provide good implications theoretically and for further research. In addition, the implications of this research are also expected to provide input to other banking companies to create better customer loyalty.

Keywords: technology acceptance model, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Customer Trust, Customer Loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
2.1. Layanan <i>Digital Banking</i>	10
2.1.1. Pengertian Layanan <i>Digital Banking</i>	10
2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan <i>Digital Banking</i>	11
2.2. Teori Penerimaan dan Adopsi Teknologi.....	13
2.2.1. <i>Perceived of Usefulness</i> (PU).....	15
2.2.2. <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU).....	16
2.3. Kepercayaan Pelanggan	17
2.3.1. Pengertian Kepercayaan Pelanggan.....	17
2.3.2. Komponen Kepercayaan Pelanggan	19
2.3.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	20
2.4. Loyalitas Pelanggan	21
2.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	21
2.4.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	23
2.4.3. Pengukuran Loyalitas Pelanggan.....	24
2.5. Penelitian Terdahulu	26
2.6. Kerangka Penelitian	30
2.7. Hipotesis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	31
3.2. Variabel Penelitian.....	31
3.3. Operasional Variabel Penelitian	32
3.4. Populasi dan Sampel	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data	35
3.6. Metode Analisis Data.....	35
3.6.1. Statistik Deskriptif	35
3.6.2. Pengujian Hipotesis.....	35
3.6.3. Kriteria Penerimaan dan Penolakan Hipotesis	40

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Deskriptif Responden	41
4.2.	Deskriptif Statistik	42
4.3.	Pengukuran Model	44
4.4	Pengukuran <i>Outer Model</i>	44
4.4.1	Uji <i>Convergent Validity</i>	45
4.4.2.	Uji <i>Discriminant Validity</i>	51
4.4.3.	Uji <i>Average Variance Extracted</i>	53
4.4.4.	Uji <i>Composite Reliability</i>	54
4.4.5.	Uji <i>Cronbach Alpha</i>	55
4.5.	Metode <i>Bootstraping</i>	55
4.6.	Metode Struktural	57
4.7.	Pembahasan	58
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan.....	63
5.2.	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data Perkembangan Digital Indonesia	2
Gambar 1.2. Presentasi Perusahaan Bank Mandiri	4
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1. Model Nilai Antar Konstruk Model Penelitian menggunakan Smart PLS	46
Gambar 4.2. Nilai Loading Faktor dari Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	47
Gambar 4.3. Nilai Loading Faktor dari Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> ...	48
Gambar 4.4. Nilai Loading Faktor dari Variabel Kepercayaan Pelanggan.	49
Gambar 4.5. Nilai Loading Faktor dari Variabel Loyalitas Pelanggan	48
Gambar 4.6. Hasil <i>Boostraping</i>	48

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1. Operasional Variabel	33
Tabel 4.1. Deskriptif Responden	41
Tabel 4.2. Deskriptif Statistik	43
Tabel 4.3. Nilai Loading Faktor dari Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	47
Tabel 4.4. Nilai Loading Faktor dari Variabel <i>Perceived Easy of Use</i>	48
Tabel 4.5. Nilai Loading Faktor dari Variabel Kepercayaan Pelanggan ...	49
Tabel 4.6. Nilai Loading Faktor dari Variabel Loyalitas Pelanggan	50
Tabel 4.7. Nilai Discriminant Validity Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	51
Tabel 4.8. Nilai Discriminant Validity Variabel <i>Perceived Easy of Use</i> ...	52
Tabel 4.9. Nilai Discriminant Validity Variabel Kepercayaan Pelanggan	52
Tabel 4.10. Nilai Discriminant Validity Variabel Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 4.11. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	54
Tabel 4.12. Nilai <i>Composite Reliability</i>	54
Tabel 4.13. Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	55
Tabel 4.14. <i>Path Coefficient</i>	57
Tabel 4.14. Nilai R-square	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Pertanyaan Demografi.....	66
Kuesioner	67
Hasil Kuesioner	68