

**Integrasi *Technology Acceptance* dan *Digital Service Quality* dalam
Memprediksi *Behavioral Intention* melalui *Customer Satisfaction*
pada Nasabah Bank Jago**

TESIS

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



**Ghufron Alkahim
2241011004**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2026**

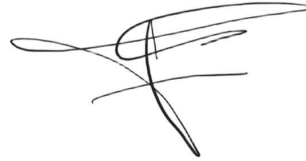
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ghufron Alhakim

NIM : 2241011004

Tanda Tangan Yang Menyatakan

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and strokes, representing the name Ghufron Alhakim.

Tanggal : Agustus 2026

HALAMAN PENGESAHAN

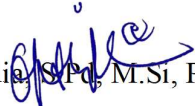
Tesis yang diajukan oleh:

Nama : Ghufron Alhakim
NIM : 2241011004
Program Studi : S2 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Integrasi Technology Acceptance dan Digital Service Quality dalam Memprediksi Behavioral Intention melalui Customer Satisfaction pada Nasabah Bank Jago

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi S2 Manajemen - Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prof. Muchsin Saggaff Shihab, S.E., ()
MSc., MBA., PhD
Muchsin

Penguji I : Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D. ()

Penguji II : Dr. Syahrul Effendi, SE, MM ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal: 8 Agustus 2026

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, serta kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis ini dengan baik. Penulisan tesis ini merupakan bagian dari kewajiban akademik yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa perjalanan hingga mencapai tahap ini bukanlah hal yang mudah. Berbagai tantangan, keterbatasan, serta hambatan telah dihadapi sejak masa perkuliahan hingga proses penyusunan tesis. Namun berkat pertolongan Tuhan Yang Maha Esa serta dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat melalui setiap tahapan dengan baik.

Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk bimbingan akademik maupun motivasi, sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Muchsin Saggaff Shihab, S.E., MSc., MBA., PhD, selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran-saran yang sangat berharga dalam penyusunan karya ilmiah ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih atas waktu, perhatian, dan dedikasi yang telah diberikan sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
2. Bapak Arief Bimantoro Suharko, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, atas arahan, masukan, serta dorongan yang telah diberikan sejak tahap awal penyusunan tesis ini, yang menjadi landasan penting bagi kelancaran penelitian.
3. Dr. Ovalia, S.Pd., M.Si., Ph.D. dan Dr. Syahrul Effendi, S.E., M.M., selaku dosen penguji tesis yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat berharga dalam proses penyempurnaan penelitian ini.

4. Istri saya Djumalia, M.Pd dan anak-anak tercinta: Gavin, Gisela, Ghina, atas doa, kasih sayang, dukungan, dan kesabaran yang tidak ternilai selama penulis menempuh pendidikan hingga penyusunan tesis ini.
5. Bapak Raja Manahara, Ibu Deborah Hutaaruk serta segenap jajaran Direksi Penerbit Erlangga yang sudah memberikan kesempatan bagi saya untuk menempuh pendidikan S2 di Universitas Bakrie
6. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta pelayanan terbaik selama proses perkuliahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini dengan baik dalam waktu tiga semester.
7. Rekan-rekan Magister Manajemen Universitas Bakrie Batch 22, atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang selalu mengiringi perjalanan studi hingga tesis ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen dan sistem informasi.

Jakarta, 8 Agustus 2026

Ghufron Alhakim

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan:

Nama : Ghufon Alhakim
NIM : 2241011004
Program Studi : S2 Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Tesis

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

“INTEGRASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE DAN DIGITAL SERVICE QUALITY DALAM MEMPREDIKSI BEHAVIORAL INTENTION MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA NASABAH BANK JAGO”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, 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 : 8 Agustus 2026

Yang Menyatakan



Ghufon Alhakim

NIM. 2241011004

**Integrasi *Technology Acceptance* dan *Digital Service Quality*
Dalam Memprediksi *Behavioral Intention* Melalui *Customer*
Satisfaction pada Nasabah Bank Jago**

Ghufron Alhakim

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Technology Acceptance Model* dan *E-Service Quality* terhadap *Behavioral Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi pada nasabah Bank Jago. Model penelitian dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana penerimaan teknologi dan kualitas layanan digital membentuk kepuasan serta niat nasabah untuk terus menggunakan dan merekomendasikan layanan perbankan digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah aktif Bank Jago yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan melalui evaluasi model pengukuran, model struktural, dan pengujian hipotesis menggunakan prosedur *bootstrapping*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Technology Acceptance Model* dan *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Namun, kedua variabel tersebut tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Sebaliknya, *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* memediasi secara penuh pengaruh *Technology Acceptance Model* dan *E-Service Quality* terhadap *Behavioral Intention*.

Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, manfaat teknologi, dan kualitas layanan digital belum secara langsung membentuk niat penggunaan berkelanjutan. Faktor-faktor tersebut perlu terlebih dahulu menghasilkan pengalaman yang memuaskan bagi nasabah. Implikasi penelitian menekankan pentingnya menempatkan kepuasan sebagai penghubung antara kualitas pengalaman digital, retensi nasabah, dan rekomendasi positif yang dapat mendukung pertumbuhan basis nasabah Bank Jago.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model*, *E-Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Behavioral Intention*, Perbankan Digital, Bank Jago.

***Integration of Technology Acceptance and Digital Service Quality in
Predicting Behavioral Intention through Customer Satisfaction
among Bank Jago Customers***

Ghufron Alhakim

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of the Technology Acceptance Model and E-Service Quality on Behavioral Intention, with Customer Satisfaction serving as a mediating variable among Bank Jago customers. Research model was developed to explain how technology acceptance and digital service quality shape customer satisfaction and customers' intentions to continue using and recommending digital banking services.

This study employed a quantitative approach using Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Data were collected through questionnaires distributed to active Bank Jago customers selected using purposive sampling. Data analysis was conducted through measurement model evaluation, structural model evaluation, and hypothesis testing using the bootstrapping procedure.

Results indicate that the Technology Acceptance Model and E-Service Quality have positive and significant effects on Customer Satisfaction. However, neither variable has a direct and significant effect on Behavioral Intention. In contrast, Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Behavioral Intention. Mediation analysis further demonstrates that Customer Satisfaction fully mediates the effects of the Technology Acceptance Model and E-Service Quality on Behavioral Intention.

These findings indicate that ease of use, perceived technological benefits, and digital service quality do not directly generate continued usage intentions. Instead, these factors must first create a satisfying customer experience. Managerial implications emphasize the importance of positioning customer satisfaction as a link between digital customer experience, customer retention, and positive recommendations that may support the growth of Bank Jago's customer base.

Keywords: *Technology Acceptance Model, E-Service Quality, Customer Satisfaction, Behavioral Intention, Digital Banking, Bank Jago.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAK	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	9
1.4 BATASAN PENELITIAN	10
1.5 MANFAAT PENELITIAN	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 KAJIAN PUSTAKA	12
2.2 GRAND THEORY	12
2.3 TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)	14
2.3.1 <i>Perceived Ease of Use</i>	15
2.3.2 <i>Perceived Usefulness</i>	16
2.4 E-SERVICE QUALITY	19
2.5 CUSTOMER SATISFACTION	22
2.6 BEHAVIORAL INTENTION.....	23
2.7 PENELITIAN TERDAHULU	25
2.8 KERANGKA PEMIKIRAN	34
2.9 PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	35
2.9.1 <i>Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Customer Satisfaction</i>	35
2.9.2 <i>Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction</i>	36
2.9.3 <i>Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Behavioral Intention</i> ..	36
2.9.4 <i>Pengaruh E-Service Quality terhadap Behavioral Intention</i>	37
2.9.5 <i>Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Behavioral Intention</i>	37
2.9.6 <i>Peran Customer Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Behavioral Intention</i>	38
2.9.7 <i>Peran Customer Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality terhadap Behavioral Intention</i>	38
2.10 HIPOTESIS	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 DESAIN PENELITIAN	41
3.2 POPULASI DAN SAMPEL	42
3.3 TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	43
3.4 SUMBER DATA	44
3.5 SKALA PENGUKURAN	45
3.6 OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN.....	46

3.7	TEKNIK PENGUJIAN INSTRUMEN DAN ANALISIS DATA.....	47
3.8	ALAT ANALISIS DATA	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		55
4.1	HASIL PENELITIAN.....	55
4.1.1	<i>Karakteristik Responden</i>	<i>55</i>
4.2	HASIL PENGUJIAN OUTER MODEL.....	57
4.2.1	<i>Hasil Uji Validitas Konvergen</i>	<i>57</i>
4.2.2	<i>Hasil Uji Validitas Diskriminan.....</i>	<i>59</i>
4.2.3	<i>Hasil Uji Reliabilitas.....</i>	<i>60</i>
4.3	HASIL PENGUJIAN INNER MODEL.....	60
4.3.1	<i>Hasil Pengujian VIF</i>	<i>60</i>
4.3.2	<i>Hasil Pengujian R-Square.....</i>	<i>61</i>
4.3.3	<i>Hasil Pengujian F-Square.....</i>	<i>62</i>
4.3.4	<i>Hasil Pengujian Predictive Relevance (Q^2)</i>	<i>63</i>
4.4	HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS	64
4.4.1	<i>Hasil Pengujian Pengaruh Langsung Direct Effect.....</i>	<i>66</i>
4.4.2	<i>Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung Indirect Effect</i>	<i>67</i>
4.4.3	<i>Mediasi.....</i>	<i>68</i>
4.5	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	69
4.5.1	<i>Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Customer Satisfaction</i>	<i>70</i>
4.5.2	<i>Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction.....</i>	<i>72</i>
4.5.3	<i>Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Behavioral Intention .</i>	<i>75</i>
4.5.4	<i>Pengaruh E-Service Quality terhadap Behavioral Intention</i>	<i>78</i>
4.5.5	<i>Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Behavioral Intention</i>	<i>79</i>
4.5.6	<i>Peran Customer Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Behavioral Intention.....</i>	<i>81</i>
4.5.7	<i>Peran Customer Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality terhadap Behavioral Intention</i>	<i>84</i>
4.6	IMPLIKASI HASIL PENELITIAN	87
4.6.1	<i>Implikasi Manajerial.....</i>	<i>89</i>
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		91
5.1	KESIMPULAN.....	91
5.2	SARAN.....	92
5.3	KETERBATASAN PENELITIAN	94
DAFTAR PUSTAKA.....		95
LAMPIRAN.....		100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	35
Gambar 4.1 Hasil Bootstrapping Penelitian	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Domisili	56
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Bank Jago.....	57
Tabel 4.5 Hasil Outer Loading	58
Tabel 4.6 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Diskriminan HTMT	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji VIF	61
Tabel 4.10 Hasil Uji R-Square.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji F-Square	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Q ²	63
Tabel 4.13 Hasil Direct Path Coefficient	66
Tabel 4.14 Hasil Indirect Path Coefficient.....	67