



**PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA MEREK, DAN RISIKO  
TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*  
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA BNI *MOBILE* DI JAKARTA)**

**SKRIPSI**

**ALIF RAHMAN KHALIFAH 1610111134**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2020**



**PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA MEREK, DAN RISIKO  
TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*  
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA BNI *MOBILE* DI JAKARTA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**ALIF RAHMAN KHALIFAH 1610111134**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2020**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Alif Rahman Khalifah

NIM : 1610111134

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Depok, 30 Januari 2021

Yang Menyatakan



(Alif Rahman Khalifah)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alif Rahman Khalifah  
NIM : 1610111134  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek, dan Risiko Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Pengguna BNI *Mobile* di Jakarta)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/penciptadan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 30 Januari 2021

Yang menyatakan



(Alif Rahman Khalifah)

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA MEREK, DAN RISIKO**  
**TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING***  
**(STUDI KASUS PADA PENGGUNA BNI *MOBILE* DI JAKARTA)**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**Alif Rahman Khalifah 1610111134**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 03 Februari 2021**  
**dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Suharyati, S.E.,M.M**  
**Ketua Penguji**



**Dr.Miguna Astuti,S.Si.,M.M.,MOS.,CPM**  
**Penguji 1**



**Diana Triwardhani, S.E.,M.M**  
**Penguji 2**



**Dr. Desmintari, S.E., M.M**  
**Ketua Jurusan Manajemen**



**Wahyudi, S.E., M.M**  
**Ketua Program Studi**  
**Manajemen Program Sarjana**

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 03 Februari 2021

***THE INFLUENCE OF TRUST, BRAND IMAGE, AND RISK ON  
THE USE OF MOBILE BANKING (CASE STUDY OF BNI MOBILE  
USERS IN JAKARTA)***

**By Alif Rahman Khalifah**

***Abstract***

*This research takes the form of quantitative research conducted at BNI mobile banking application, namely BNI mobile. BNI mobile is a mobile banking application that serves various banking transactions. The purpose of this research is to find out and prove whether the purchase decision on the BNI mobile banking application is influenced by trust, brand image and risk. The population in this study are BNI mobile users who live in Jakarta. The sample taken was 75 respondents with purposive sampling method. By distributing questionnaires to BNI mobile users in Jakarta during the data collection process. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis. Smart PLS 3.0 software is used by researchers to analyze data using the PLS (Partial Least Squares). The results showed that the variables of trust, brand image, and risk had a significant effect on purchase decision.*

***Keywords:*** *Trust, Brand Image, Risk, Purchase Decision*

# **PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA MEREK, DAN RISIKO TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING (STUDI KASUS PADA PENGGUNA BNI MOBILE DI JAKARTA)**

**Oleh: Alif Rahman Khalifah**

## **Abstrak**

Penelitian ini mengambil bentuk penelitian kuantitatif yang dilakukan pada aplikasi *mobile banking* bank BNI yaitu *BNI mobile*. *BNI mobile* ialah suatu aplikasi *mobile banking* yang melayani berbagai macam transaksi perbankan. Adapun tujuan daripada riset ialah guna memahami dan membuktikan apakah keputusan pembelian pada aplikasi *mobile banking* BNI ini dipengaruhi oleh kepercayaan, citra merek, dan risiko. Populasi pada riset ini yaitu pemakai *BNI mobile* yang berdomisili di Jakarta. Sampel yang dipilih sejumlah 75 orang responden melalui metode *purposive sampling*. Dengan melaksanakan sebaran kuesioner kepada pemakai *BNI mobile* di Jakarta ketika berlangsungnya proses dikumpulkannya data. Teknik analisis data yang dipakai ialah analisis inferensial dan analisis deskriptif. Perangkat lunak *Smart PLS 3.0* diterapkan oleh periset guna menganalisa data memanfaatkan metode *PLS (Partial Least Squares)*. Hasil riset memperlihatkan bahwasanya variabel kepercayaan, citra merek, dan risiko mempunyai signifikansi pengaruhnya pada keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Citra Merek, Risiko, Keputusan Pembelian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450,  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : [www.feb.upnvj.ac.id](http://www.feb.upnvj.ac.id), e-mail : [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Hari ini Rabu, tanggal 03 Februari 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Alif Rahman Khalifah



NIM : 1610111134

Program : S1 Manajemen

**“PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA MEREK, DAN RISIKO TERHADAP  
PENGUNAAN *MOBILE BANKING* (STUDI KASUS PADA PENGGUNA BNI  
*MOBILE* DI JAKARTA)”**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

**Tim Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Ibu Suharyati.,SE.,MM	Ketua	 1.
2	Ibu Dr. Miguna Astuti.,S.Si.,MM.,CPM	Anggota 1	 2.
3	Ibu Diana Triwardhani S.E.,M.M	Anggota 2	 3.

Jakarta, 26 Februari 2021

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program S1 Manajemen



Wahyudi.,S.E.,M.M



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul “**Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek dan Risiko Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Pengguna BNI *Mobile* di Jakarta)**”. Dengan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak Wahyudi S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada ibu Diana Triwardhani S.E, M.M., dan Bapak Drs. Nobelson Syarif, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan saran-saran bermanfaat untuk skripsi saya, serta kepada seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa kuliah.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada orang tua tersayang Bapak Waluyo dan Ibu Siti Jumana, serta keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan usulan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada teman-teman tersayang Lambe UPN, sahabat No Maden No Life, sahabat Barengin, sahabat Skripsi asikin aja, L’arc-en-ciel dan The Beatles yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis selama menulis skripsi ini, serta teman-teman lain yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat pada bidangnya di masa yang akan datang.

Jakarta, 1 Februari 2021

Alif Rahman Khalifah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN USULAN PENELITIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>FORM BERITA ACARA.....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tinjauan Pustaka.....	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	10
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran.....	16
2.2.2 Jasa.....	18
2.2.3 Bank.....	19
2.2.4 Mobile Banking.....	20
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	21
2.2.5.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	21
2.2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	22
2.2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.2.6 Kepercayaan.....	24
2.2.6.1 Definisi Kepercayaan.....	24
2.2.6.2 Jenis-Jenis Kepercayaan.....	25
2.2.6.3 Dimensi Kepercayaan.....	25
2.2.6.4 Indikator Kepercayaan.....	27
2.2.7 Citra Merek.....	27

2.2.7.1	Definisi Citra Merek.....	28
2.2.7.2	Elemen Citra Merek.....	28
2.2.7.3	Dimensi Citra Merek.....	29
2.2.8	Risiko.....	31
2.2.8.1	Definisi Risiko.....	31
2.2.8.2	Klasifikasi Risiko.....	32
2.2.8.3	Dimensi Risiko.....	33
2.3	Model Penelitian Empiris.....	34
2.3.1	Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.2	Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.3	Risiko Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.4	Kerangka Berpikir.....	36
2.4	Hipotesis.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>37</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.1.1	Definisi Operasional.....	37
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	38
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1	Jenis Data.....	41
3.3.2	Sumber Data.....	41
3.3.3	Pengumpulan Data.....	41
3.4	Teknik Analisis Data.....	44
3.4.1	Analisis Deskriptif.....	44
3.4.2	Analisis Inferensial.....	46
3.5	Uji Hipotesis.....	51
3.5.1	Uji Statistik (Uji t).....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>53</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.2	Deskripsi Penelitian.....	54
4.2.1	Data Deskripsi Responden.....	54
4.3	Teknik Analisis Data.....	56
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	56
4.3.2	Analisis Inferensial.....	60
4.3.3	Uji Hipotesis.....	69
4.4	Pembahasan.....	71
4.5	Keterbatasan Penelitian.....	74

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
5.1 Simpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>
<b>RWAYAT</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Peningkatan Jumlah Pengguna BNI Mobile.....	5
Tabel 2	TOP Brand Award Kategori Mobile Banking.....	5
Tabel 3	Matriks Penelitian Sebelumnya.....	14
Tabel 4	Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 5	Jumlah Presentase Pengguna Internet di Pulau Jawa.....	39
Tabel 6	Jumlah Kantor Cabang Bank BNI.....	39
Tabel 7	Skala Likert.....	42
Tabel 8	Pengukuran Variabel.....	42
Tabel 9	Peringkat Jawaban Responden.....	45
Tabel 10	Interpretasi Nilai Presentase Responden.....	46
Tabel 11	Tingkat Realiabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach.....	50
Tabel 12	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	54
Tabel 13	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	55
Tabel 14	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	55
Tabel 15	Karakteristik Responden Menurut Pendapatan Tiap Bulan.....	56
Tabel 16	Hasil tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian....	57
Tabel 17	Hasil tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan.....	57
Tabel 18	Hasil tanggapan responden terhadap variabel citra merek.....	58
Tabel 19	Hasil tanggapan responden terhadap variabel risiko.....	59
Tabel 20	<i>Outer loading factor</i> .....	66
Tabel 21	<i>Fornell-Lacker Criterium</i> .....	67
Tabel 22	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	68
Tabel 23	<i>Composite Reliability (CR)</i> .....	68
Tabel 24	<i>Cronbach Alpha</i> .....	69
Tabel 25	<i>R-Square</i> .....	69
Tabel 26	Uji Statistik t.....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Proyeksi Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 2 Grafik Layanan Digital Banking Paling Sering digunakan Saat Korona.3	
Gambar 3 Grafik Proyeksi Pertumbuhan Pengguna <i>Smarthphone</i> di Indonesia...	4
Gambar 4 Model Penelitian Empiris.....	36
Gambar 5 Langkah-langkah Penggunaan PLS.....	47
Gambar 6 Kerangka Model Penelitian.....	48
Gambar 7 Rancangan <i>Inner Model</i> .....	61
Gambar 8 <i>Outer model</i> keputusan pembelian.....	62
Gambar 9 <i>Outer model</i> kepercayaan.....	62
Gambar 10 <i>Outer model</i> citra merek.....	62
Gambar 11 <i>Outer model</i> risiko.....	63
Gambar 12 Kontruksi diagram jalur.....	63
Gambar 13 <i>Outer Model</i> .....	64
Gambar 14 <i>Outer Model</i> setelah di Re-estimasi.....	65
Gambar 15 <i>Inner Model</i> .....	71

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4. Hasil dan Analisis Inferensial
- Lampiran 5. T Tabel dan R Tabel