



ANALISIS PENGARUH LANGSUNG TERHADAP *INTENTION TO USE* DAN
MEDIASI *ATTITUDE* PADA BANK DIGITAL
TESIS

AZHAR GHAZALI

2310122013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2025**



**ANALISIS PENGARUH LANGSUNG TERHADAP *INTENTION TO USE* DAN
MEDIASI *ATTITUDE* PADA BANK DIGITAL**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen

AZHAR GHAZALI

2310122013

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

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Azhar Ghazali

NIM : 2310122013

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

Jakarta, 1 Juli 2025

Yang Menyatakan



Azhar Ghazali

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Azhar Ghazali
NIM : 2310122013
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S2 Manajemen
Jenis Karya : Tesis

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

ANALISIS PENGARUH LANGSUNG TERHADAP *INTENTION TO USE* DAN MEDIASI *ATTITUDE* PADA BANK DIGITAL

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengasah media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta Selatan

Pada tanggal : 1 Juli 2025

Yang Menyatakan.

Azhar Ghazali



LEMBAR PENGESAHAN
TESIS

**ANALISIS PENGARUH LANGSUNG TERHADAP *INTENTION TO USE* DAN
MEDIASI *ATTITUDE* PADA BANK DIGITAL**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

AZHAR GHAZALI NIM 2310122013

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 11 Juli 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP
Ketua Penguji



Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE., Msi
Pembimbing I



Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M.
Pembimbing II



Dr. Jubaedah, SE.MM
Dekan



Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M.
Koordinator Prodi Magister Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 16 Juli 2025

ANALISIS PENGARUH LANGSUNG TERHADAP INTENTION TO USE DAN MEDIASI *ATTITUDE* PADA BANK DIGITAL

By: Azhar Ghazali

A B S T R A K

Abstrak

Transformasi digital dalam sektor perbankan telah memberikan kontribusi signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital yang lebih efisien dan mudah diakses. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *trust* terhadap *intention to use* layanan bank digital, dengan *attitude* sebagai variabel mediasi. *Acceptance* penelitian ini didasarkan pada kerangka *Technology Acceptance Acceptance* (TAM), yang diperluas dengan mempertimbangkan faktor psikologis dalam konteks adopsi teknologi. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring yang disebarkan kepada 210 responden pengguna atau calon pengguna layanan bank digital di Jakarta. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Squares - Structural Equation Acceptanceing* (PLS-SEM).

Hasil analisis menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*, sementara *perceived usefulness* dan *attitude* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Di sisi lain, *attitude* tidak terbukti memediasi hubungan antara variabel-variabel persepsi dengan *intention to use*. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam adopsi bank digital, keputusan pengguna lebih dipengaruhi oleh pertimbangan fungsional, seperti kemudahan penggunaan dan tingkat kepercayaan terhadap platform, daripada faktor afektif atau sikap. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan *acceptance* adopsi teknologi dan menawarkan implikasi praktis bagi strategi pemasaran bank digital di Indonesia.

Kata kunci: Bank digital, *intention to use*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, *attitude*, TAM, SEM-PLS.

ANALYSIS OF DIRECT INFLUENCE ON *INTENTION TO USE* AND *ATTITUDE* MEDIATION ON DIGITAL BANKING

By: Azhar ghazali

A B S T R A C T

Abstract

Digital transformation in the banking sector has significantly contributed to the adoption of more efficient and accessible digital banking services. This study aims to analyze the impact of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, and trust on intention to use digital banking services, with attitude as a mediating variable. The research acceptance is based on the Technology Acceptance Acceptance (TAM), extended by considering psychological factors in the context of technology adoption. Data collection was carried out through an online questionnaire distributed to 210 respondents, users, or potential users of digital banking services in Jakarta. Data analysis was performed using Partial Least Squares - Structural Equation Acceptanceing (PLS-SEM).

The analysis results show that perceived ease of use, perceived risk, and trust have a significant impact on intention to use, while perceived usefulness and attitude do not significantly influence the intention to use. On the other hand, attitude was found not to mediate the relationship between the perception variables and intention to use. These findings indicate that, in digital banking adoption, user decisions are more influenced by functional considerations, such as ease of use and trust in the platform, rather than affective or attitudinal factors. This study provides theoretical contributions to the development of technology adoption acceptances and offers practical implications for digital banking marketing strategies in Indonesia.

Keywords: Digital banking, *intention to use*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, *attitude*, TAM, SEM-PLS.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan terhadap Allah Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Langsung *Intention to use* dan Mediasi *Attitude* pada Bank Digital” dengan sebaik-baiknya. Selama proses penulisan usulan penelitian ini, penulis mendapatkan berbagai dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

- a. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M., CRA., CRP., CMA selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Magister Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
- b. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
- c. Ibu Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE., Bapak Dr. Guntur Syahputra Saragih. M.S.M. selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa memberikan bimbingan, masukan, dukungan, dan arahan bagi penulis selama penulisan usulan penelitian ini.
- d. Ibu Dr. Alfatih S Manggabarani, SE., M.Si., Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M., CRA., CRP., CMA., dan Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP selaku dosen penguji yang telah senantiasa memberikan masukan, dukungan, dan arahan bagi penulis selama penyempurnaan penulisan penelitian ini.
- e. Synthia Maharani selaku istri saya yang selalu memberikan dukungan sepenuh hati.
- f. Kedua orang tua, adik-adik, keluarga besar dan teman-teman peneliti yang juga memberikan dukungan dan saran bagi penulis selama penulisan usulan penelitian ini.

Usulan penelitian ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca sekalian. Penulis pun berharap agar usulan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jakarta,

Azhar Ghazali

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
A B S T R A C T	iii
A B S T R A K.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori	9
2.2 Manajemen Pemasaran	9
2.3 <i>Theory Acceptance Model</i>	10
2.3.1 <i>Intention to use</i>	11
2.3.2 <i>Attitude</i>	13
2.3.3 <i>Perceived Usefullnes</i>	14
2.3.4 <i>Perceived Ease of use</i>	16
2.3.5 <i>Perceived Risk</i>	19
2.3.6 <i>Trust</i>	21
2.4 Penelitian Yang Relevan.....	23
2.5 Kerangka Berpikir.....	34
2.6 Hipotesis	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40

3.1 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Jenis Data.....	43
3.3.3 Sumber Data	44
3.3.4 Pengumpulan Data.....	44
3.4 Teknik Analisis Data	46
3.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif.....	46
3.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial.....	48
3.4.3 Pengujian Hipotesis.....	50
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	52
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	53
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
4.2.2 Deskripsi Data Penelitian	54
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis	61
4.3.1 Merancang <i>Model</i> Struktural (<i>Inner Model</i>)	61
4.3.2 Merancang <i>Model</i> Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
4.3.3 Membuat Konstruksi Diagram Jalur	63
4.3.4 Konversi ke Sistem Persamaan	63
4.3.5 Estimasi Koefisien Jalur, <i>Loading Factor</i> dan <i>Weight</i>	63
4.3.6 Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	64
4.3.7 Uji Hipotesis.....	68
4.4 Pembahasan	75
BAB V	78
SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Implikasi	80

5.3 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.4 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
RIWAYAT HIDUP	88
Lampiran 1 Kuesioner	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 2. Skala Likert	44
Tabel 3. Instrumen Penelitian	45
Tabel 4. Nilai Interpretasi	48
Tabel 5. Karakteristik Demografis Responden.....	53
Tabel 6. Deskripsi Data Variabel <i>Intention to use</i>	55
Tabel 7. Deskripsi Data Variabel <i>Attitude</i>	56
Tabel 8. Deskripsi Data Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	57
Tabel 9. Deskripsi Data Variabel <i>Perceived Ease of use</i>	58
Tabel 10. Deskripsi Data Variabel <i>Perceived Risk</i>	59
Tabel 11. Deskripsi Data Variabel <i>Trust</i>	60
Tabel 12. Nilai <i>outer loading</i>	65
Tabel 13. Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	65
Tabel 14. Nilai <i>Cross Loadings</i>	66
Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 16. R-Square	68
Tabel 17. Hasil Uji <i>Cross-Validated Redundancy (Q²)</i>	69
Tabel 18. Hasil Uji <i>Effect Size (f²)</i>	70
Tabel 19. Hasil U Uji <i>Path Coefficients</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Transaksi <i>Digital Banking</i>	2
Gambar 2. Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)	10
Gambar 3. Kerangka Pemikiran Penelitian	39
Gambar 4. Inner <i>Model</i> Penelitian.....	62
Gambar 5. <i>Outer Model</i> Penelitian.....	62
Gambar 6. Diagram Jalur.....	63
Gambar 7. Estimasi variabel laten penelitian	64