

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Dua Magister Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

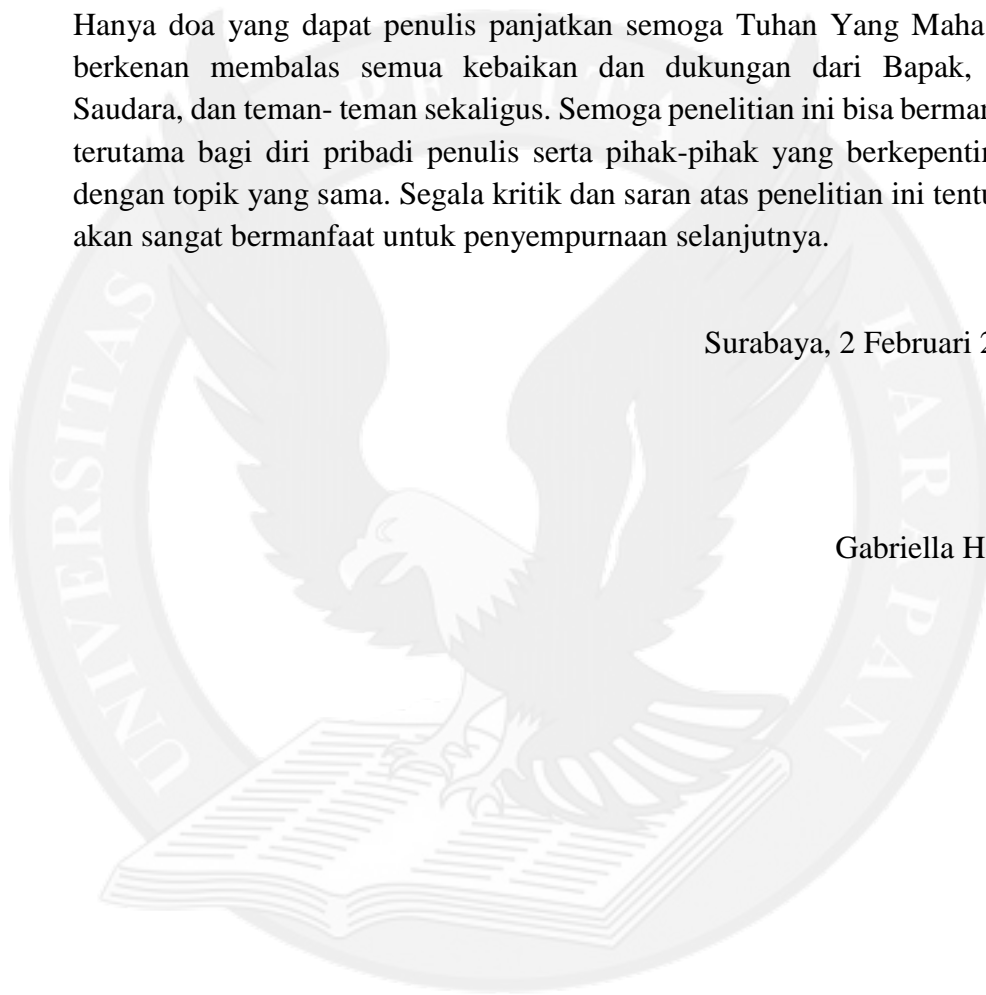
1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M selaku Direktur Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dan selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan segala waktunya, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu besar kalau kamu pasti bisa, dari awal hingga penelitian ini bisa di selesaikan dengan baik dan banyak membantu penulis selama proses pembelajaran di UPH kampus Surabaya hingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku ketua jurusan manajemen dan dosen pembimbing pertama yang telah membantu dan memberikansaran-saran dan juga arahan agar kita selalu semangat dan membimbing dengan baik serta perhatian yang tak habis – habis nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M selaku dosen serta penguji pertama yang turut serta dalam memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak & Ibu dosen jurusan manajemen yang telah mendidik selama kurang lebih 1 tahun ini dan juga memberikan semangat serta dorongan untuk segera menyelesaikan penelitian ini.

5. Keluarga saya (papa, mama, 2 adik saya, tante, dan almarhum om) yang terus memberikan doanya serta memberikan semangat serta dorongan agar cepat menyelesaikan penelitian ini.
6. Teman-teman sejawat Magister Manajemen angkatan 2021 dan teman-teman yang di Surabaya maupun luar kota yang senantiasa memberikan bantuannya serta memberikan doa dan motivasi agar penulis bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 2 Februari 2022

Gabriella Hosana



## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Identitas Tim Penguji</b> .....	ii
<b>Pernyataan Keaslian Karya Tugas Akhir</b> .....	iii
<b>Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing</b> .....	iv
<b>Lembar Persetujuan Tim Penguji</b> .....	v
<b>Abstrak</b> .....	vi
<b>Abstract</b> .....	vii
<b>Kata Pengantar</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah.....	19
1.3 Rumusan Masalah .....	20
1.4 Tujuan Penelitian .....	20
1.5 Manfaat Penelitian .....	21
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	21
1.5.2 Manfaat Praktis.....	22
1.6 Sistematika Penulisan.....	22
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>24</b>
2.1 Landasan teori .....	24
2.1.1 <i>M-Banking Adoption</i> .....	24
2.1.2 <i>M-Banking Adoption Intention</i> .....	26
2.1.3 <i>Access Convenience</i> .....	27

2.1.4 <i>Search Convenience</i> .....	28
2.1.5 <i>Evaluation Convenience</i> .....	30
2.1.6 <i>Transaction Convenience</i> .....	31
2.1.7 <i>Possession Convenience</i> .....	33
2.2 Penelitian Terdahulu .....	34
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	35
2.3.1 Pengaruh Variabel <i>Access Convenience</i> terhadap <i>M-Banking Adoption Intention</i> .....	35
2.3.2 Pengaruh <i>Search Convenience</i> terhadap <i>M-Banking Intention Adoption</i> .....	36
2.3.3 Pengaruh <i>Evaluation Convenience</i> terhadap <i>M-Banking Intention Adoption</i> .....	38
2.3.4 Pengaruh <i>Evaluation Convenience</i> terhadap <i>M-Banking Intention Adoption</i> .....	39
2.3.5 Pengaruh <i>Possession Convenience</i> terhadap <i>M-Banking Adoption Intention</i> .....	40
2.3.6 Pengaruh <i>M-Banking Adoption Intention</i> terhadap <i>M-Banking Adoption</i> .....	41
2.4 Model Penelitian .....	42
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	43
<b>BAB III: METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Populasi dan Sampel .....	45
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel.....	45
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	50
3.5 Metode Analisis .....	51

3.5.1 Pengolahan Data.....	51
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	52
3.5.2.1 Uji Validitas .....	52
3.5.2.2 Uji Realibilitas .....	53
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.5.2.4 Analisis Linear Regresi Berganda (Multiple Regression) .....	56
3.5.2.5 Analisis Linear Regresi Sederhana (Simple Regression) .....	58
3.5.2.6 Koefisien Korelasi.....	58
3.5.2.7 Koefisien Determinasi ( $R_2$ ) .....	59
3.2.5.8 Uji F .....	59
3.2.5.9 Uji T .....	60
<b>BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Aplikasi BCA mobile .....	61
4.2 Analisis Data .....	63
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	63
4.2.1.1 Karakteristik Responden .....	63
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur .....	65
4.2.1.4 Tanggapan Responden .....	66
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	77
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>M-Banking Adoption</i> ....	77
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>M-banking adoption intention</i> .....	79
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Access Convenience</i> .....	80
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Search Convenience</i> ....	81

4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Evaluation Convenience</i>	82
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Transaction Convenience</i>	84
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Possession Convenience</i>	85
4.2.3 Uji Validitas	86
4.2.4 Uji Realibility	87
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	88
4.2.5.1 Uji Normalitas	88
4.2.4.2 Uji Multikolinearitas	90
4.2.5.3 Uji Heterokedastisitas	91
4.2.5.4 Uji Linearitas	93
4.3 Metode Analisis Statistik	94
4.3.1 Analisis Regresi	94
4.3.1.1 Analisis Regresi Sederhana	94
4.3.1.2 Analisis Regresi Berganda	95
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	97
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	97
4.3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda	98
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	98
4.4 Metode Pengujian Hipotesis	99
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	99
4.4.2 Uji Signifikasi Partial (Uji T)	100
4.5 Pembahasan	103

<b>BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>124</b>
5.1 Simpulannya .....	124
5.1.1 Simpulannya Atas Hipotesis .....	125
5.1.1.1 Pengaruh <i>Access Convenience</i> terhadap <i>M-banking adoption intention</i> .....	125
5.1.1.2 Pengaruh <i>Search Convenience</i> terhadap <i>M-banking adoption intention</i> .....	126
5.1.1.3 Pengaruh <i>Evaluation Convenience</i> terhadap <i>M-banking adoption intention</i> .....	128
5.1.1.4 Pengaruh <i>Transaction Convenience</i> terhadap <i>M-banking adoption intention</i> .....	129
5.1.1.5 Pengaruh <i>Possession Convenience</i> terhadap <i>intention to Adopt M-Banking</i> .....	131
5.1.1.6 Pengaruh <i>M-banking adoption intention</i> terhadap <i>M-Banking Adoption</i> .....	133
5.1.2 Simpulannya Atas Masalah Penelitian.....	134
5.2 Implikasinya.....	136
5.2.1 Implikasinya Teoritis .....	136
5.2.2 Implikasinya Manajerial .....	137
5.3 Rekomendasi .....	139
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>141</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna Internet di Indonesia per tahun 2021 .....	2
Gambar 1.2 Perbandingan pengguna internet tahun 2020 dan 2021 .....	11
Gambar 1.3 Logo <i>Mobile Banking</i> BCA .....	12
Gambar 1.4 Tentang penilaian aplikasi BCA Mobile .....	13
Gambar 1.5 Menu Utama.....	14
Gambar 1.6 Menu untuk Transfer.....	14
Gambar 1.7 <i>Search Convenience</i> pada saat transaksi Top-Up saldo .....	15
Gambar 1.11 Website Bank BCA.....	16
Gambar 1.12 Menu BCA Virtual Account .....	17
Gambar 1.13 Promo BCA dari fitur m-Info.....	18
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	42
Gambar 2.2 Bagan alur berpikir.....	43
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Umur.....	65
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>M-banking adoption intention</i> .....	89
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>m-banking adoption</i> .....	90
Gambar 4.5 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>M-banking adoption intention</i> .....	91
Gambar 4.6 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>M-Banking Adoption</i> .....	92
Gambar 4.7 Hasil Penelitian .....	102



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fitur <i>mobile banking</i> BCA.....	8
Tabel 1.2 Limit transfer melalui BCA <i>Mobile</i> .....	9
Tabel 1.3 Perbandingan <i>mobile banking</i> terbaik di Indonesia Tahun 2020.....	10
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner .....	48
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	50
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur .....	65
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	66
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>M-banking adoption</i> .....	67
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>M-banking adoption intention</i> .....	68
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Access Convenience</i> .....	70
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Search Convenience</i> .....	71
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Evaluation Convenience</i> .....	73
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Transaction Convenience</i> .....	74
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Possession Convenience</i> .....	76
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>M-Banking Adoption</i> .....	77
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>M-banking adoption intention</i> .....	79

Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Access Convenience</i>	80
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Search Convenience</i>	81
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Evaluation Convenience</i>	83
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Transaction Convenience</i>	84
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Possession Convenience</i>	85
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas <i>M-Banking Adoption</i>	86
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas <i>M-banking adoption intention</i>	87
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas <i>Access Convenience</i>	87
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas <i>Search Convenience</i>	87
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas <i>Evaluation Convenience</i>	87
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas <i>Transaction Convenience</i>	87
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas <i>Possession Convenience</i>	87
Tabel 4.25 Uji Reliabilitas	88
Tabel 4.26 Uji Kolmogorov Smirnov (KS)	89
Tabel 4.27 Nilai Tolerance dan VIF	90
Tabel 4.28 Spearman Test Correlation	92
Tabel 4.29 Hasil Uji Linearitas	93
Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi Sederhana (ITA*MA)	94
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Berganda (AC, SC, EC, TC, PC* ITA)	95

Tabel 4.32 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	98
Tabel 4.33 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ) .....	99
Tabel 4.34 Hasil Uji F.....	99
Tabel 4.35 Hasil Uji T.....	100
Tabel 4.36 Indikator Variabel <i>M-banking adoption intention</i> .....	109
Tabel 4.37 Indikator Variabel <i>Access Convenience</i> .....	111
Tabel 4.38 Indikator Variabel <i>Search Convenience</i> .....	113
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Transaction Convenience</i> .....	115
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Evaluation Convenience</i> .....	116
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Possession Convenience</i> .....	118
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>M-Banking Adoption</i> .....	120
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	136
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	138

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER PENELITIAN .....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER .....	B-1
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF .....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN .....	D-1

