

**EFEK MEDIASI PERSEPSI KREDIBILITAS PADA PENGARUH
KOMUNIKASI TATAP MUKA TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN BRI *MOBILE* NASABAH
BANK RAKYAT INDONESIA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

NUR ADHI MUSTOFA

NIM : 2014210771

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**EFEK MEDIASI PERSEPSI KREDIBILITAS PADA PENGARUH KOMUNIKASI
TATAP MUKA TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN BRI *MOBILE* NASABAH
BANK RAKYAT INDONESIA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

NUR ADHI MUSTOFA

NIM : 2014210771

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**EFEK MEDIASI PERSEPSI KREDIBILITAS PADA PENGARUH
KOMUNIKASI TATAP MUKA TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN BRI *MOBILE* NASABAH
BANK RAKYAT INDONESIA
DI SURABAYA**

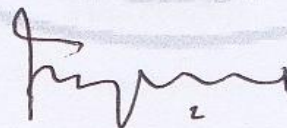
Diajukan oleh :

Nur Adhi Mustofa

NIM : 2014210771

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing
Tanggal : 01 Maret 2018



(Emma Yulianti, S.E.,MM)

SKRIPSI

**EFEK MEDIASI PERSEPSI KREDIBILITAS PADA PENGARUH
KOMUNIKASI TATAP MUKA TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN BRI *MOBILE* NASABAH
BANK RAKYAT INDONESIA
DI SURABAYA**

Disusun oleh :

Nur Adhi Mustofa

2014210771

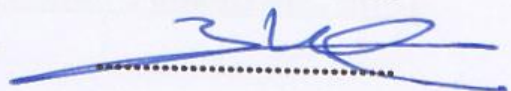
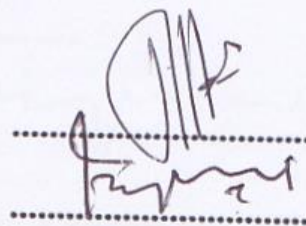
Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 7 Februari 2018

Tim Penguji

Ketua : Burhanudin, S.E., M.SI., Ph.D

Sekretaris : Emma Yulianti, S.E., MM

Anggota : Dr. Ronny, S.KOM., M.KOM., MH



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nur Adhi Mustofa
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 01-07-1994
N.I.M : 2014210771
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
J u d u l : Efek Mediasi Persepsi Kredibilitas pada Pengaruh Komunikasi Tatap Muka Terhadap Niat Menggunakan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua program studi sarjana manajemen,

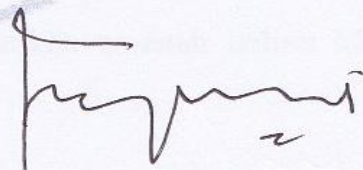
Tanggal : 01 Maret 2018



(Dr. Muazaroh S.E., M.T.)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 01 Maret 2018



(Emma Yulianti SE., MM)

MOTTO & PERSEMBAHAN

SETTINGGI APAPUN JABATAN YANG ANDA MILIKI ANDA TETAP MENJADI KARYAWAN TETAPI SEKECIL APAPUN USAHA YANG ANDA MILIKI ANDA TETAP MENJADI BOSNYA.

Pertama saya ucapkan puja dan puji syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayahnya sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan cepat. Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang disekitar saya yang selalu memberikan dukungan kepada saya yaitu :

1. Seluaruh dosen yang sudah berjasa dalam membimbing dan mendidik saya dari semester awal sampai lulus terutama kepada dosen pembimbing saya yaitu Ibu Emma Yulianti S.E.,MM. yang sudah meluangkan waktunya, tenaganya dan juga pikirannya dalam menyelesaikan tugas akhir ini
2. Kepada orang tua saya yaitu Bapak Suprpto dan ibu saya Ety Surbandiyah yang tiada henti-hentinya mencarikan nafkah dan mendoakan kepada saya dan adik saya mulai dari subuh sampai maghrib agar dapat bisa kuliah sampai selesai dan Alhamdulillah saya sudah menyelesaikan amanah beliau lebih cepat.
3. Seluruh keluarga besar saya baik yang kandung maupun misanan yang ikut andil dalam mendoakan saya dan membantu mencarikan data responden dari pagi sampai sore.
4. Seluruh keluarga ketiga saya (Entrepreneur Club, Pemasaran, seperjuangan 2014, kontrakan dan mentee) yang selalu memberikan dukungan, doa dan sampai menemani saya pada saat sidang skripsi.

5. Dan yang terakhir kepada teman satu bimbingan saya yaitu Lintang Kumala Asih S.M dan Hendarto Setia Budi S.M yang selalu melakukan bimbingan bersama-sama dengan beliau dan saling membantu satu sama lain.



KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya ucapkan Puja dan Puji syukur Kehadirat Allah S.W.T, yang telah memberikan nikmat serta karunianya kepada saya selaku penulis penelitian ini. Sehingga saya dapat merampungkan tugas akhir mata kuliah skripsi dengan Judul **“Efek mediasi persepsi kredibilitas pada pengaruh komunikasi tatap muka terhadap niat menggunakan BRI Mobile nasabah bank rakyat Indonesia di Surabaya”** dengan mudah dan lancar.

Skripsi ini, di tulis dengan menggunakan data-data primer dan juga sekunder yang didapat dari buku-buku yang berkaitan dengan mata kuliah skripsi dan juga melalui data-data penyebaran kuesioner kepada responden-responden yang sudah di tentukan. Disini saya tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih, kepada para bapak-ibu dosen yang sudah memberikan ilmunya, membimbing saya dan juga membantu dalam menyelesaikan tugas mata kuliah skripsi ini, yaitu :

1. Emma Yulianti S.E.,MM. Selaku dosen pembimbing yang memiliki peran besar dalam menyelesaikan tugas skripsi ini, dimana sudah meluangkan waktunya, tenaganya dan juga pikirannya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan juga ilmunya kepada penulis.
2. Dr. Muazaroh, S.E, M.T. Selaku ketua program studi sarjana manajemen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan arahan selama menjadi mahasiswa STIE Perbanas Surabaya.
3. Dr. Lutfi, S.E, M.Fin. Selaku ketua STIE Perbanas Surabaya.
4. Segenap dosen dan seluruh karyawan STIE Perbanas Surabaya yang sudah dengan sabar membimbing dan mendidik saya mulai dari semester satu sampai lulus lebih cepat yaitu 3,5 tahun.

Semoga Penelitian ini, dapat memberikan manfaat yang lebih kepada para pembaca dan juga bisa menjadi bahan refrensi bagi rekan-rekan yang sedang mengerjakan Mata kuliah Skripsi. Terutama bagi pihak perbankan BRI agar Komunikasi tatap muka dan Kredibilitasnya lebih di tingkatkan lagi agar dapat menarik niat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*.

Surabaya, 28 Februari 2018

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
ABSTRAK/RINGKASAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Rancangan Penelitian.....	30
3.2 Batas Penelitian.....	31
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	31
3.4 Denifisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	32
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.6 Instrumen Penelitian.....	36
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	38
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	39
3.9 Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	48
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	48
4.2 Analisis Data.....	56
4.3 Pembahasan.....	78

BAB V : PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.3 Saran	86
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 : Bank pemenang <i>Top Brand Award</i> kategori <i>Mobile Banking</i> 2016 Di Indonesi	2
Tabel 2.1 : Perbandingan penelitian terdahulu dan Penelitian sekarang	17
Tabel 3.1 : kategori skor	34
Tabel 3.2 : Interval kelas	34
Tabel 3.3 : Kisi-kisi kuesioner	37
Tabel 3.4 : Ringkasan <i>rule of thumb</i> uji validitas dan uji reliabilitas	41
Tabel 4.1 : Karakteristik responden menurut usia	50
Tabel 4.2 : Karakteristik responden menurut jenis kelamin	51
Tabel 4.3 : Karakteristik responden menurut pendidikan	51
Tabel 4.4 : Karakteristik responden menurut pekerjaan	52
Tabel 4.5 : Karakteristik responden menurut penggunaan layanan <i>BRI Mobile</i>	53
Tabel 4.6 : Karakteristik responden berdasarkan frekuensi transaksi menggunakan <i>BRI Mobile</i>	54
Tabel 4.7 : Karakteristik responden berdasarkan penggunaan fitur-fitur <i>BRI Mobile</i>	54
Tabel 4.8 : Karakteristik responden berdasarkan nasabah yang menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> selain Bank <i>BRI</i>	55
Tabel 4.9 : Interval kelas	57
Tabel 4.10 : Tanggapan responden terhadap variabel komunikasi tatap muka	57
Tabel 4.11 : Tanggapan responden terhadap variabel persepsi kredibilitas	58
Tabel 4.12 : Tanggapan responden terhadap variabel persepsi kredibilitas	59
Tabel 4.13 : Hasil uji validitas sampel kecil	61
Tabel 4.14 : Nilai AVE (<i>average variance extracted</i>)	62
Tabel 4.15 : <i>Cross- Loadings</i>	62
Tabel 4.16 : Akar kuadrat AVE (<i>average variance extracted</i>)	63
Tabel 4.17 : Hasil uji validitas sampel besar	64
Tabel 4.18 : Nilai AVE (<i>average variance extracted</i>)	65
Tabel 4.19 : <i>Cross- Loadings</i>	66
Tabel 4.20 : Akar kuadrat AVE (<i>average variance extracted</i>)	67
Tabel 4.21 : Hasil uji reliabilitas sampel kecil	68
Tabel 4.22 : Hasil uji reliabilitas sampel kecil	69
Tabel 4.23 : Hasil uji reliabilitas sampel kecil	70
Tabel 4.24 : Hasil uji reliabilitas sampel besar	71
Tabel 4.25 : <i>Path Coefficients and P value</i>	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka pemikiran Corner	10
Gambar 2.2 : Kerangka pemikiran Elsadig	12
Gambar 2.3 : Kerangka pemikiran Son Yu	15
Gambar 2.4 : Kerangka pemikiran	29
Gambar 3.1 : Kerangka model struktural	45
Gambar 3.2 : Kerangka model mediasi	47
Gambar 4.1 : Model struktural antar konstruk	72
Gambar 4.2 : Model mediasi	77



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 : Uji Validitas Sampel Kecil
- Lampiran 4 : Uji Validitas Sampel Besar
- Lampiran 5 : Uji Reliabilitas Sampel Kecil dan Besar
- Lampiran 6 : Proses *WarpPLS* 5.0



**THE MEDIATING EFFECT PERCEPTIONS OF CREDIBILITY ON THE EFFECT
OF FACE-TO-FACE COMMUNICATION ON
CUSTOMER INTENTION TO USE
BRI MOBILE IN SURABAYA**

Nur Adhi Mustofa
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2014210771@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

Changes in the banking industry are very fast, with the economic development and international market competition, banking companies are also affected. The main force in the banking environment is a rapidly evolving technology that is used as a solution to the current problems in the banking industry and has created products and new services. The purpose of this study was to assess face to face communication, perception of credibility and in the customers intention of using BRI Mobile services in Surabaya. 100 respondents selected by using purposive sampling method, so that the sample used is based on prescribed criteria, at last 19 years old, customers in Bank BRI in Surabaya. Data collection in the conducted by distributing questionnaires. Respondents are customers who use BRI Mobile services in Surabaya area. This research uses warPLS 5.0. The result of this study indicate that face to face communication has a significant influence on cutomer intentions to use BRI Mobile services in Surabaya. Face to face communication has a significant effet on the perception credibility, the perception of credibility has a significant effect on customer intentions to using BRI Mobile service in Surabaya and face to face communication has the effect of intention to use through perception of customers credibility as mediating variable in BRI Mobile services in Surabaya.

Keywords : *Face to face communication, perception of credibility and intention to use BRI Mobile in Surabaya.*

**EFEK MEDIASI PERSEPSI KREDIBILITAS PADA PENGARUH
KOMUNIKASI TATAP MUKA TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN BRI *MOBILE* NASABAH
BANK RAKYAT INDONESIA
DI SURABAYA**

Nur Adhi Mustofa
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2014210771@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

Perubahan yang terjadi pada industri perbankan sangat cepat. Dengan adanya perkembangan ekonomi dan persaingan pasar internasional, perusahaan perbankan juga terkena dampaknya. Kekuatan utama dalam lingkungan perbankan adalah sebuah teknologi yang berkembang sangat cepat yang digunakan sebagai pemecahan masalah saat ini pada industri perbankan dan telah menciptakan produk dan layanan baru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai komunikasi tatap muka, persepsi kredibilitas dan niat menggunakan nasabah dalam layanan BRI *Mobile* di Surabaya. 100 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*, maka dari itu sampel yang digunakan didasarkan pada kriteria yang telah ditentukan, nasabah Bank BRI di Surabaya yang memiliki umur minimal 19 tahun. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Responden adalah nasabah yang menggunakan layanan BRI *Mobile* di wilayah Surabaya. Penelitian ini menggunakan alat uji *warpPLS* 5.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi tatap muka memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat nasabah dalam menggunakan layanan BRI *Mobile* di Surabaya, komunikasi tatap muka memiliki pengaruh secara signifikan terhadap persepsi kredibilitas, persepsi kredibilitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat nasabah dalam menggunakan layanan BRI *Mobile* di Surabaya dan komunikasi tatap muka memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan dengan melalui mediasi persepsi kredibilitas nasabaha dalam layanan BRI *Mobile* di Surabaya.

Kata Kunci : komunikasi tatap muka, persepsi kredibilitas, dan niat menggunakan