

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP ADOPSI *MOBILE BANKING*
DENGAN MEDIASI MOTIVASI HEDONIK
BANK BNI DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

FARHAN HISYAM
NIM : 2014210835

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP ADOPSI *MOBILE BANKING*
DENGAN MEDIASI MOTIVASI HEDONIK
BANK BNI DI KOTA SURABAYA**


Diajukan oleh :

FARHAN HISYAM

NIM : 2014210835

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing
Tanggal : 23 Agustus 2018


(Burhanudin, S.E., M.Si. Ph.D)

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP ADOPSI *MOBILE BANKING*
DENGAN MEDIASI MOTIVASI HEDONIK
BANK BNI DI KOTA SURABAYA

Disusun oleh

FARHAN HISYAM

NIM : 2014210835

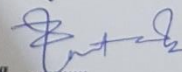
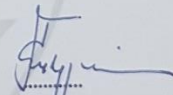
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 29 Agustus 2018

Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M.

Sekretaris : Burhanudin, S.E., M.Si., Ph.D

Anggota : Dr. Dra. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog

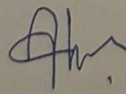


PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Farhan Hisyam
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 07 November 1996
N.I.M : 2014210835
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : Analisis Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Adopsi *Mobile Banking* dengan Mediasi Motivasi Hedonik Bank BNI di Kota Surabaya

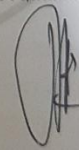
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,
Tanggal : 18 Oktober 2018



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

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 18 Oktober 2018



(Burhanudin, S.E., M.Si. Ph.D)

MOTTO :

**BERUSAHA SEMAKSIMAL MUNGKIN, BERDOA
TIADA HENTI, TAWAKKAL DENGAN HASIL
PEMBERIAN ILAHI.... ☺☺**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Disini saya akan mengucapkan terima kasih kepada semua pihak-pihak yang selalu memberikan support nya kepada saya dalam menyelesaikan masa studi ini. Perjalanan dalam mencapai semua ini cukup panjang dan banyak tantangan. Perjalanan ini akan terasa berat apabila tidak ada peran kalian terhadap saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktunya.

Oleh karena itu saya ingin mengucapkan rasa terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

- 1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya dan selalu memberikan kemudahan dan kelancaran selama menjalankan pengerjaan studi ini .*
- 2. Kedua Orang Tua saya yang selalu memberikan dukungan kepada saya dan selalu memberikan semangat kepada saya ketika mengalami putus asa serta doa dari keduanya yang selalu mendoakan anaknya sukses dunia akhirat.*
- 3. Rekan-rekan seperjuangan bimbingan Pak Burhan : Ambon, Udin, Zum, Arthur, Mas Rizal yang selalu berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kalian sukses semuanya*
- 4. Rekan-rekan STIE PERBANAS Angkatan 2014 yang lain yang sangat banyak dan tidak bisa disebut satu persatu di halaman persembahan ini yang selalu memberikan dukungan dan memberikan kemudahan ketika saya mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga kalian semua sukses*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Adopsi *Mobile Banking* dengan Mediasi Motivasi Hedonik Bank BNI di Kota Surabaya”**.

Tujuan penulisan Skripsi ini adalah sebagai prasyarat dalam menyelesaikan program pendidikan sarjana jurusan manajemen konsentrasi pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membimbing dan membantu penulis selama menjalani proses perkuliahan dan menyelesaikan penulisan skripsi ini ditujukan kepada :

1. Burhanudin, S.E., M.Si. Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan skripsi serta telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan dari awalnya penulisan skripsi ini hingga selesainya skripsi ini.
2. Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Shinta Setia, Psi., M.Com. selaku Dosen Wali di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
4. Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

5. Seluruh bapak dan ibu dosen pengajar, staf akademika dan staf perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu dan membantu proses penyusunan skripsi ini

Demikian skripsi ini dibuat semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Terima Kasih



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT/RINGKASAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori	16
2.3. Kerangka Pemikiran	26
2.4. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Rancangan Penelitian.....	28
3.2. Batasan Penelitian	29
3.3. Identifikasi Variabel.....	29
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.6. Instrumen Penelitian	35
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data	36
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	37
3.9. Teknik Analisa Data	38
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	43
4.1. Gambaran Subyek Penelitian.....	43
4.2. Analisis Data	52
4.3. Pembahasan.....	66

BAB V PENUTUP	74
5.1.Kesimpulan.....	74
5.2.Keterbatasan Peneliti	75
5.3.Saran	75
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 : Indeks TOP BRAND Mobile Banking di Indonesia	2
Tabel 2. 1 : Perbandinga Penelitian Terdahulu dan Saat Ini	14
Tabel 3. 1 : Kategori Skala Likert	33
Tabel 3. 2 : Poin-Poin Kuesioner	35
Tabel 4. 1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	46
Tabel 4. 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan	48
Tabel 4. 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pemakaian	49
Tabel 4. 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Fasilitas	51
Tabel 4. 6 : Skala Interval	53
Tabel 4. 7 : Tanggapan Terhadap Persepsi Kegunaan	53
Tabel 4. 8 : Tanggapan Terhadap Persepsi Kemudahan	54
Tabel 4. 9 : Tanggapan Terhadap Motivasi Hedonik	56
Tabel 4. 10: Tanggapan Terhadap Adopsi	57
Tabel 4. 11: Uji Convergent Validity	59
Tabel 4. 12: Nilai Average Variance Extracted	60
Tabel 4. 13: Uji Discriminant Validity	60
Tabel 4. 14: Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 15: Evaluasi Goodness of Fit Model Persamaan Struktural	62
Tabel 4. 16: Goodness of Fit Antar Variabel Laten	63
Tabel 4. 17: Koefisien Jalur Model Persamaan Struktural	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 : Kerangka Hipotesis Penelitian Maruf Gbadebo Salimon et al	9
Gambar 2. 2 : Kerangka Hipotesis Diluxshy Ravichandran et al	11
Gambar 2. 3 : Kerangka Hipotesis Penelitian Amit Shankar dan Pooja Kumari	13
Gambar 2. 4 : Kerangka Pemikiran Farhan Hisyam	26
Gambar 3. 1 : Kerangka Model Konstruk	41
Gambar 4. 1 : Diagram Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4. 2 : Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Gambar 4. 3 : Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar 4. 4 : Diagram Responden Frekuensi Penggunaan	50
Gambar 4. 5 : Diagram Responden Fasilitas yang Sering Digunakan	52
Gambar 4. 6 : Hasil Estimasi Model	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Pengisian Kuesioner
- Lampiran 3 : Identitas Responden
- Lampiran 4 : Output SPSS Karakteristik Responden
- Lampiran 5 : Output SPSS Analisa Deskriptif
- Lampiran 6 : Output PLS Analisa Statistik



**THE INFLUENCE ANALYSIS OF PERCEPTION USEFULNES AND
PERCEPTION EASE OF USE TO MOBILE BANKING ADOPTION
WITH MEDIATION HEDONIC MOTIVATION
BANK BNI IN SURABAYA**

Farhan Hisyam

2014210835

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2014210835@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The information technologies in banking sector is currently growing rapidly. This development provides convenience of customers in receiving information about banking transactions. Mobile banking makes easy for customer to receive banking information anywhere without having to go to a bank office or ATM machine. Customer's habits change with the presence of mobile banking from past banking style to today's banking style. The purpose of study was to asses perception usefulness, perception ease of use, hedonic motivation, and adoption mobile banking bank BNI in Surabaya. There are 150 respondents taken from questionnaire by using purposive sampling method, data collection in the contducted by distributing questionnaires and that sample used is based on criteria. This research uses warpPLS 5.0. The result of his study is indicate perception usefulness has a significant influence on hedonic motivation on mobile banking bank BNI in Surabaya. Perception usefulness has a significant influence on adoption mobile banking bank BNI in Surabaya. Perception ease of use has a significant influence on hedonic motivation on mobile banking bank BNI in Surabaya. Perception ease of use has a significant influence on adoption mobile banking bank BNI in Surabaya. Hedonic motivation has a significant influence on adoption on mobile banking bank BNI in Surabaya.

Keyword : *Perception Usefulness, Perception Ease of Use, Hedonic Motivation, Adoption Mobile Banking*

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP ADOPSI *MOBILE BANKING*
DENGAN MEDIASI MOTIVASI HEDONIK
BANK BNI DI KOTA SURABAYA**

Farhan Hisyam

2014210835

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2014210835@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

Teknologi informasi di sektor perbankan saat ini berkembang pesat. Perkembangan ini memberikan kemudahan pelanggan dalam menerima informasi tentang transaksi perbankan. *Mobile banking* memudahkan pelanggan untuk menerima informasi perbankan di mana saja tanpa harus pergi ke kantor bank atau mesin ATM. Kebiasaan pelanggan berubah dengan hadirnya *mobile banking* dari gaya perbankan masa lalu ke gaya perbankan saat ini. Tujuan penelitian adalah untuk menilai persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, motivasi hedonik, dan adopsi *mobile banking* Bank BNI di Kota Surabaya. Peneliti menetapkan 150 responden yang diambil dari kuesioner dengan menggunakan metode *purposive sampling*, metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dan sampel yang digunakan berdasarkan kriteria. Penelitian ini menggunakan WarpPLS 5.0. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi hedonik *mobile banking* Bank BNI di Surabaya. Persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi *mobile banking* Bank BNI di Surabaya. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi hedonik pada *mobile banking* Bank BNI di Surabaya. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi *mobile banking* Bank BNI di Surabaya. Motivasi hedonik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi *mobile banking* Bank BNI di Surabaya.

Kata Kunci: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Motivasi Hedonik, Adopsi *Mobile Banking*