

**PENGARUH ISI DAN BENTUK INFORMASI TERHADAP SIKAP
NASABAH DAN NIAT TRANSAKSI DALAM *MOBILE*
BANKING: PERAN MODERASI *PERCEIVED*
PRIVACY CONCERN NASABAH
BANK MANDIRI DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

DIEKA ALFIAN PUTRA PRATAMA
2014210372

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2019**

**PENGARUH ISI DAN BENTUK INFORMASI TERHADAP SIKAP
NASABAH DAN NIAT TRANSAKSI DALAM *MOBILE*
BANKING: PERAN MODERASI *PERCEIVED*
PRIVACY CONCERN NASABAH
BANK MANDIRI DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

DIEKA ALFIAN PUTRA PRATAMA
2014210372

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2019**

**PENGARUH ISI DAN BENTUK INFORMASI TERHADAP SIKAP
NASABAH DAN NIAT TRANSAKSI DALAM *MOBILE*
BANKING: PERAN MODERASI *PERCEIVED*
PRIVACY CONCERN NASABAH
BANK MANDIRI DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

DIEKA ALFIAN PUTRA PRATAMA

2014210372

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 30 Agustus 2019



(Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog)

SKRIPSI

**PENGARUH ISI DAN BENTUK INFORMASI TERHADAP SIKAP
NASABAH DAN NIAT TRANSAKSI DALAM *MOBILE*
BANKING: PERAN MODERASI *PERCEIVED*
PRIVACY CONCERN NASABAH
BANK MANDIRI DI SURABAYA**

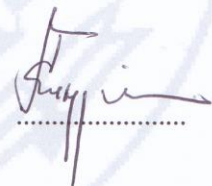
Disusun oleh :

DIEKA ALFIAN PUTRA PRATAMA
2014210372

Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 22 Februari 2019

Tim Penguji

Ketua : **Prof. Dr. Dra. Psi. Tatik Suryani, MM.**



Sekretaris : **Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog**



Anggota : **Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si.**



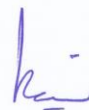
PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dieka Alfian Putra Pratama
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 30 Juli 1996
N.I.M : 2014210372
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Isi dan Bentuk Informasi Terhadap Sikap Nasabah dan Niat Transaksi dengan Mobile banking: Peran Moderasi Perceived Privacy Concern Nasabah Bank Mandiri di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen
Tanggal : 30 Agustus 2019

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 30 Agustus 2019



(Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D) (Laila Saleh Marta, S.Psi., M.MT., Psikolog)

MOTTO

*“Selalu Tetap Baik Kepada
Siapapun ”*



PERSEMBAHAN

Puji Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat dan kesempatan yang tiada habisnya serta anugrah berharga berupa kesehatan, ilmu yang bermanfaat, kemudahan serta kelancaran sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini saya sembahkan kepada :

- Kedua orang tua saya yang selalu mensupport, mengingatkan dan mendoakan disaat aku ingin menyerah dengan skripsi ini. Terimakasih telah mendidik dan membimbing saya. Terima kasih atas kasih sayang kalian yang mengalir tanpa henti. Tetap sehat agar bisa menemaniku hingga sukses kelak. Tanpa doa Ayah dan Ibu, saya bukanlah apa-apa dan tidak dapat menjadi seperti sekarang ini. Terima kasih untuk adik saya yang selalu mensupport saya dalam segala hal.
- Ibu Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih telah membimbing dan memberikan saran saya selama ini dengan sabar hingga skripsi saya dapat terselesaikan.
- Dr. Drs.Ec. Abdul Mongid M.A. selaku dosen wali. Terimakasih sudah membimbing saya selama ini dengan penuh kasih sayang.
- Anggi Dea Rachmayanti sudah membantu, mensupport, menemani, dan menyemangati saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mendewasakanku, sudah merubahku menjadi lebih baik lagi, dan terima kasih sudah selalu mengerti dan sabar menghadapi saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Isi dan Bentuk Informasi Terhadap Sikap Nasabah dan Niat Transaksi dengan *Mobile banking*: Peran Moderasi *Perceived Privacy Concern* Nasabah Bank Mandiri di Surabaya”** dapat terselesaikan. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu persyaratan penyelesaian program pendidikan strata satu jurusan manajemen di STIE Perbanas Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak secara material maupun moril. Maka dari itu, pada kesempatan ini perkenankanlah Peneliti untuk mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Yudi Sutarso, SE., M.Si., selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Burhanuddin, SE., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh pengertian dan kesabaran telah menyediakan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing penelitian ini.
4. Seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya beserta seluruh civitas akademika.

Dengan segala kerendahan hati, Peneliti mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada para pembaca yang membutuhkan, berkepentingan, dan mampu memberikan tambahan wawasan ilmu pengetahuan dalam melakukan penelitian di

bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan topik pengaruh Pengaruh Isi dan Bentuk Informasi Terhadap Sikap Nasabah dan Niat Transaksi dengan *Mobile banking*: Peran Moderasi *Perceived Privacy Concern* Nasabah Bank Mandiri di Surabaya.

Peneliti mohon maaf apabila dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan.

Surabaya, 20 Agustus 2019

Peneliti



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN 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.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penulisan.....	9
1.4. Manfaat Penulisan.....	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Landasan teori.....	19
2.3. Kerangka Penelitian.....	34
2.4. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Rancangan Penelitian.....	36
3.2. Batasan Penelitian.....	37
3.3. Identifikasi Variabel.....	37
3.4. Definisi Operational dan Pengukuran Variabel.....	38
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.6. Instrumen Penelitian.....	45
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	47
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	49
3.9. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV GAMBARAN PENELITIAN DAN ANALISA DATA.....	53
4.1. Gambaran Subyek Penelitian.....	53
4.2. Analisis Data.....	59
4.3. Pembahasan.....	80

BAB V PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Keterbatasan Penelitian	91
5.3 Saran-saran	92

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Saat Ini dengan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Interval Kelas	43
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Penyusunan Rancangan Kuesioner	45
Tabel 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Responden berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.4 Responden berdasarkan Lama Penggunaan <i>Mobile banking</i>	56
Tabel 4.5 Responden berdasarkan Kepemilikan <i>Mobile banking</i>	58
Tabel 4.6 Responden berdasarkan Penggunaan Transaksi <i>mobile banking</i>	59
Tabel 4.7 Interval Kelas Variabel	60
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Relevansi Informasi	61
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Akurasi Informasi	61
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Ketepatan Waktu	62
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Kemudahan Penggunaan	63
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Privacy Concern</i>	64
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap Sikap Nasabah	64
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap Niat Transaksi	65
Tabel 4.15 Uji Validitas konfergen	67
Tabel 4.16 <i>Cross Loading</i> Variabel Laten	70
Tabel 4.17 Uji Validitas Diskriminan	72
Tabel 4.18 Uji Reabilitas pada Variabel Laten	73
Tabel 4.19 Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	75
Tabel 4.20 <i>Goodness of Fit</i> antar Variabel Laten	75
Tabel 4.21 Koefisien Pengaruh Langsung antar Variabel	77
Tabel 4.22 Koefisien Pengaruh Moderasi	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 1.1	Data Pengguna <i>Mobile banking</i>	4
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian Sreejesh S. Pillai	14
Gambar 2.2	Kerangka Penelitian Mahmood Jasim Alsamydai et.al	16
Gambar 2.3	Kerangka Penelitian Feronica Mayangsari	17
Gambar 2.4	Kerangka Penelitian Dieka Alfian Putra Pratama	34
Gambar 4.1	Kategori Responden berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4.2	Kategori Responden berdasarkan Usia	55
Gambar 4.3	Kategori Responden berdasarkan Pekerjaan	56
Gambar 4.4	Kategori Responden berdasarkan Lama menggunakan <i>MB</i>	57
Gambar 4.5	Kategori Responden berdasarkan Kepemilikan <i>MB</i>	58
Gambar 4.6	Kategori responden berdasarkan Penggunaan Transaksi <i>MB</i>	59
Gambar 4.7	Kerangka Awal	66
Gambar 4.8	Kerangka Akhir	76

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Informasi Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Data Responden
- Lampiran 4 Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Tanggapan Responden
- Lampiran 6 Hasil Perhitungan Warp-PLS



Effect of Information Content and Form on Customers attitude and Transaction Intention in Mobile banking: Moderating Role of Percieved Privacy Concern In Surabaya

DIEKA ALFIAN PUTRA PRATAMA
Email: 2014210372@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Information's content (Information Relevance, Accuracy, and Timeliness of Information), and Information's form (perceived Easy of Use) toward customer's attitude of Bank Mandiri mobile banking in Surabaya. Then, to analyze the customer's attitude of Mandiri Mobile banking toward Transaction Intentions, and examine the moderation effect of perceived privacy concern there. This research is quantitative research with data source questionnaires. The questionnaires were measured by Likert scale and distributed to as many as 135 respondents from customer of Bank Mandiri Mobile banking in Surabaya. Data analysis uses structural equation methods with Warp-PLS program. The results showed that each variables those information's relevance, information's accuracy, information's timeliness, and perceived ease of use had positive effect toward customer's attitude of bank Mandiri mobile banking in Surabaya. Perceived Privacy Concern has moderating effect within effect of perceived Ease of Use on Customer's Attitudes but does not have moderation effect within influence of Information's Relevance, Information's Accuracy, and information's Timeliness.

Keywords: *Information's Relevance, Information's Accuracy, information's Timeliness, Perceived Ease of Use, Customer's Attitude.*

**PENGARUH ISI DAN BENTUK INFORMASI TERHADAP SIKAP
NASABAH DAN NIAT TRANSAKSI DALAM *MOBILE
BANKING*: PERAN MODERASI *PERCEIVED
PRIVACY CONCERN* NASABAH
BANK MANDIRI
DI SURABAYA**

DIEKA ALFIAN PUTRA PRATAMA
Email : 2014210372@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Isi Informasi (Relevansi Informasi, Akurasi Informasi dan Ketepatan Waktu Informasi), Bentuk Informasi (Kemudahan Penggunaan), dan Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Nasabah *mobile banking* Bank Mandiri di Surabaya. Kemudian, tujuan selanjutnya yaitu menganalisis Sikap nasabah *Mobile banking* Mandiri terhadap Niat Transaksi, dan meneliti pengaruh moderasi *perceived privacy concern*. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data berupa kuesioner. Kuesioner diukur dengan skala Likert dan disebarikan kepada sebanyak 135 orang pengguna *Mobile banking* Bank Mandiri di Surabaya. Analisa data mempergunakan metode persamaan struktural dengan program Warp-PLS. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Relevansi Informasi, Akurasi Informasi, Ketepatan Waktu Informasi, Kemudahan Penggunaan masing-masing berpengaruh positif terhadap sikap nasabah *mobile banking* Bank Mandiri di Surabaya. *Perceived Privacy Concern* memberi pengaruh moderasi pada pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Nasabah tetapi tidak menjadi moderasi pada pengaruh Relevansi Informasi, Akurasi Informasi, dan Ketepatan Waktu Informasi.

Kata Kunci : Relevansi Informasi, Akurasi Informasi, Ketepatan Waktu Informasi, Kemudahan Penggunaan, sikap nasabah