

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP  
SIKAP NASABAH PENGGUNA *MOBILE BANKING*  
DI BANK BRI SIDOARJO**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**SHEILA NANDA AYU PRAMUDITA**

**NIM : 2013210296**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2017**

**PERSETUJUAN SIAP DI UJI SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP  
SIKAP NASABAH PENGGUNA *MOBILE BANKING*  
DI BANK BRI SIDOARJO**

Diajukan oleh :

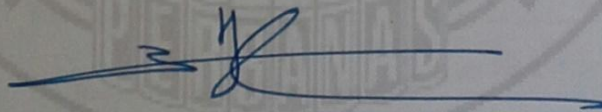
**SHEILA NANDA AYU PRAMUDITA**

**2013210296**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 8-8-2017



**(Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H)**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP  
SIKAP NASABAH PENGGUNA *MOBILE BANKING*  
DI BANK BRI SIDOARJO**

Disusun Oleh :

**SHEILA NANDA AYU PRAMUDITA**

**NIM : 2013210296**

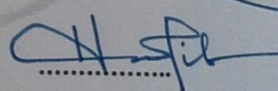
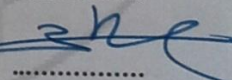
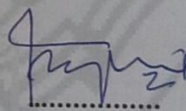
Dipertahankan Di Depan Tim Penguji  
Dan Dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
Pada Tanggal : 22 Agustus 2017

Tim Penguji :

**Ketua : Emma Julianti, SE., MM**

**Sekretaris : Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H**

**Anggota : Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM**




## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sheila Nanda Ayu Pramudita  
Tempat, Tanggal Lahir : Purwokerto, 27 Januari 1995  
NIM : 2013210296  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Sarjana  
Kosentrasi : Manajemen Perbankan  
Judul : PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN,  
PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP SIKAP  
NASABAH PENGGUNA *MOBILE BANKING* DI  
BANK BRI SIDOARJO

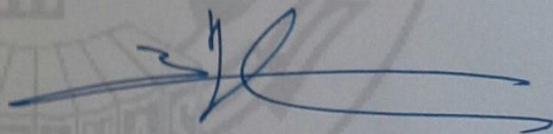
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen  
Tanggal : 27-8-2017.

Dosen Pembimbing  
Tanggal : 27-8-2017.



(Dr. Muazaroh, SE., M.T)



(Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H)

# **“MOTTO”**

**SELALU ADA HARAPAN BAGI MEREKA YANG SERING**

**BERDOA**

**SELALU ADA JALAN BAGI MEREKA YANG SERING**

**BERUSAHA**

**GURU PALING BERTAMBAH IALAH**

**PENGALAMAN**

**BELAJARLAH DARI PENGALAMAN YANG SUDAH TERJADI**

**HARI INI BERJUANG... ESOK RAIH LAH **KEMENANGAN** !!**

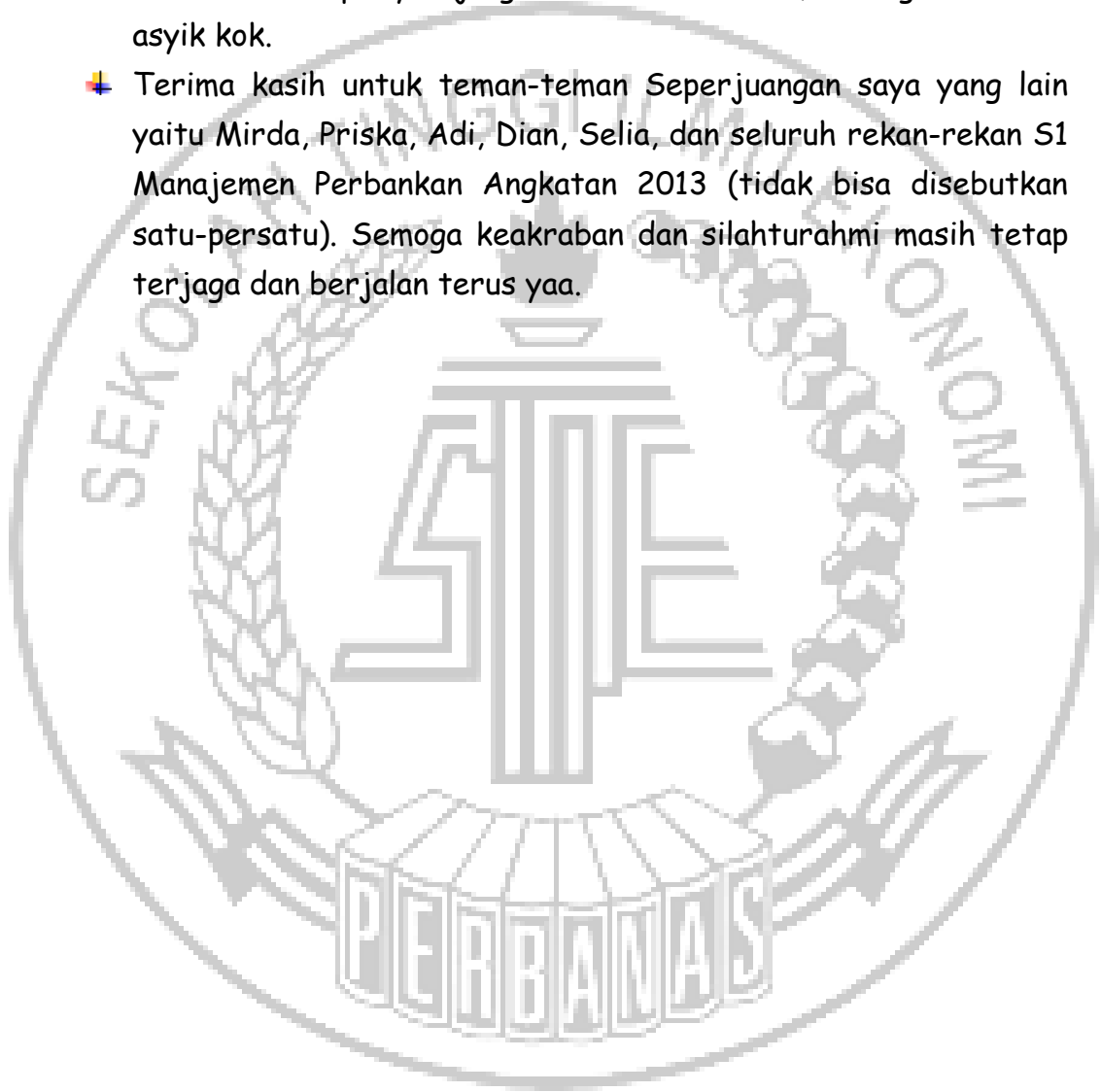


## - HALAMAN PERSEMBAHAN -

- ✚ Alhamdulillahirobil'amin saya selalu bersyukur atas nikmat dan karunia yang Allah berikan kepadaku, karena atas nikmat dan karunia-Nya akhirnya saya bisa menyelesaikan kuliah dari Semester 1 - 8 sampai tugas akhir (Skripsi) dengan tepat waktu dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.
- ✚ Terima kasih kepada kedua orang tua saya Mama Susi Evinita dan Papa Djoko Oesodo karena berkat doa mereka saya bisa melalui tahap demi tahap perkuliahan ini dengan baik, saya bersyukur diberikan kelancaran dalam perkuliahan sampai sidang dan akhirnya dinyatakan lulus. Serta support yang selalu mereka berikan sehingga membuat saya menjadi pribadi yang kuat dan pantang menyerah.
- ✚ Terima kasih kepada Bapak Ronny selaku Dosen Pembimbing saya dengan sabar selalu memberikan arahan dan bimbingan yang baik sehingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan baik pula.
- ✚ Terima kasih untuk kedua Adikku Evanda Bella Ersalina dan Alfredo Taufik Hidayat yang resek, bawel, banyak tingkah, ngeselin, tapi dibalik itu semua mereka sangat peduli dan sayang denganku. Sukses yaa buat kuliah kalian.
- ✚ Terima kasih untuk seluruh Keluarga Besarku yang ada di Purwokerto, di Semarang, dan di Riau. Terima kasih untuk semua Sepupu ku, Om, Tante, Pakde, Budhe, Almarhum Eyang Putri, Eyang Kakung, Kakek, dan Mbah. Aku selalu kangen kalian. Terima kasih untuk doa dan support yang kalian berikan, semoga kita bahagia selamanya.
- ✚ Terima kasih untuk teman-teman sebimbingan saya yaitu Gaby, Lia, Wulan, dan Mba Desy karena kita bisa saling bantu dan sharing tentang Skripsi kita.
- ✚ Terima kasih untuk Konco Koplak Elfrido dan Rizal karena kalian sangat mewarnai hidupku #ahciyeee. Terima kasih Konco Turing

ku Novita alias nopret alias kampret yang menjadi teman pegel karena mblakrak terus tanpa kenal lelah tapi seru sih.

- ✚ Terima kasih untuk Tim "Cabe" yang sekarang ganti nama menjadi "BeeSquad" dibaca Biskuat (bukan merk jajan yaa). Love You All Dede, Della, Novia. Untuk kalian semangat berjuang jadi Pendekar Skripsi yaa jangan buru-buru kawin, main gincu masih asyik kok.
- ✚ Terima kasih untuk teman-teman Seperjuangan saya yang lain yaitu Mirda, Priska, Adi, Dian, Selia, dan seluruh rekan-rekan S1 Manajemen Perbankan Angkatan 2013 (tidak bisa disebutkan satu-persatu). Semoga keakraban dan silaturahmi masih tetap terjaga dan berjalan terus yaa.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang diberikan oleh dosen pembimbing manajemen perbankan pemasaran dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini saya susun untuk memenuhi tugas akhir (skripsi) Semester Genap tahun 2017. Dengan adanya penyusunan skripsi ini semoga dapat membantu memberikan pemahaman bagi para pembaca khususnya dikalangan mahasiswa mengenai “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo”.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang membantu dan membimbing, maka pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

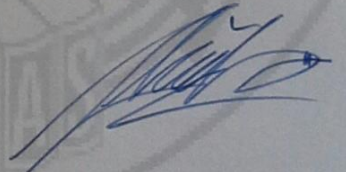
1. Bapak Lutfi, SE., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Bapak Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H. selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi yang telah banyak memberikan ilmu dan meluangkan waktu selama pengerjaan skripsi



4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran
5. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
6. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
7. Seluruh Rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam pengerjaan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya di bidang Manajemen Perbankan.

Surabaya, 27 September 2017



(Sheila Nanda Ayu Pramudita)

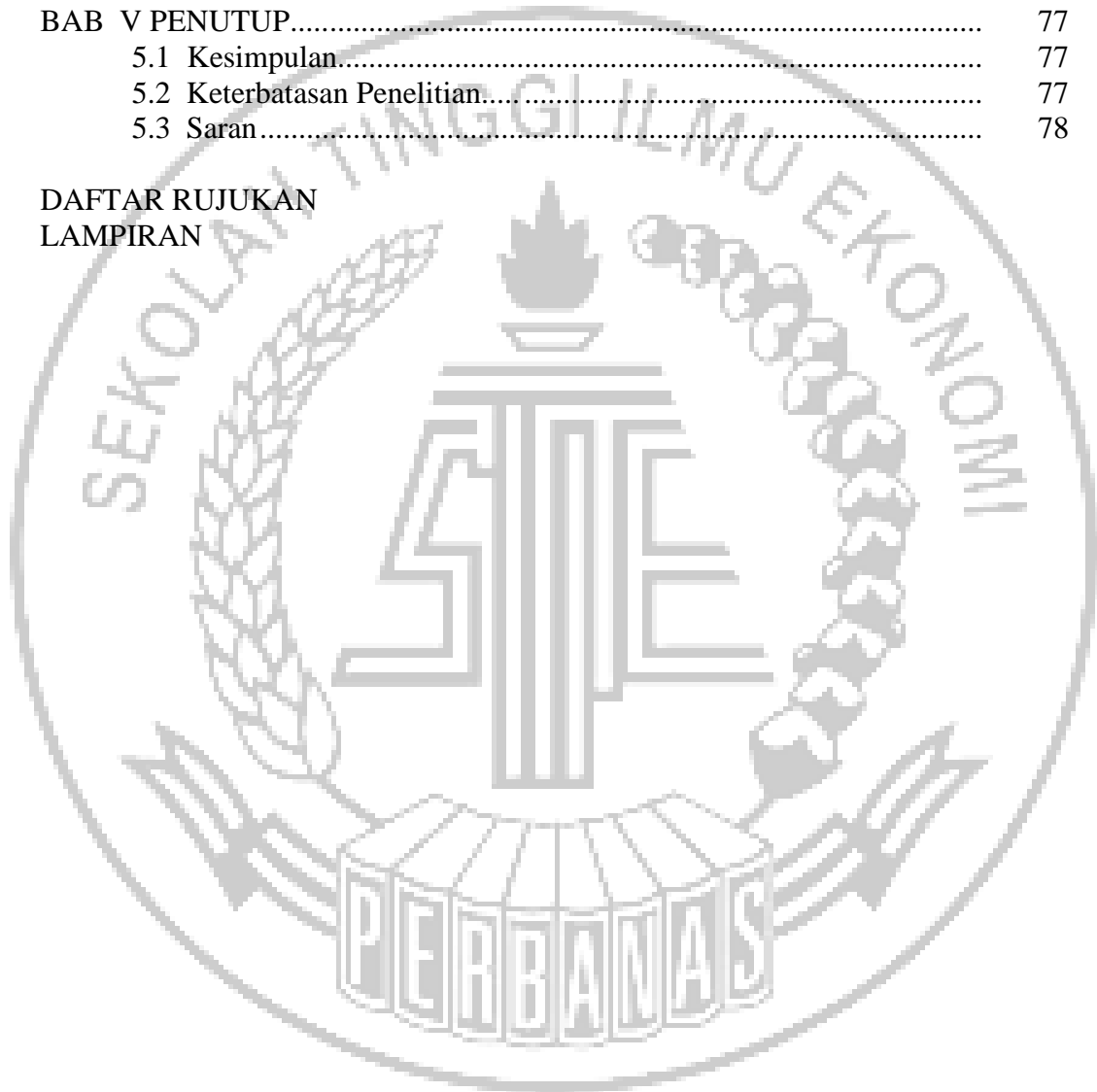
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DI UJI SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1 Syamsul Hadi (2014).....	12
2.1.2 Mohammad Majedul (2014).....	14
2.1.3 Ilham Hassan (2014).....	16
2.2 Landasan Teori .....	19
2.2.1 Persepsi Kegunaan .....	19
2.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	20
2.2.3 Persepsi Risiko.....	22
2.2.4 Sikap Nasabah.....	24
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Nasabah .....	26
2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Nasabah.....	26
2.3.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Sikap Nasabah.....	27
2.4 Kerangka Pemikiran .....	28
2.5 Hipotesis Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	30
3.2 Batasan Penelitian .....	30

3.3	Identifikasi Variabel.....	31
3.4	Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	31
3.4.1	Definisi Operasional.....	32
3.4.2	Pengukuran Variabel.....	35
3.5	Instrumen Penelitian.....	36
3.6	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.6.1	Populasi .....	38
3.6.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.7	Data dan Metode Pengumpulan Data .....	40
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	41
3.8.1	Uji Validitas.....	41
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.9	Teknik Analisis Data.....	44
3.9.1	Analisis Statistik.....	44
3.9.2	Pengujian Hipotesis.....	46
<b>BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....</b>		<b>48</b>
4.1	Gambaran Subyek Penelitian .....	48
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	51
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....	52
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	53
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Dalam 1 Bulan.....	54
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Fasilitas .....	55
4.2	Analisis Data.....	55
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	56
4.2.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	61
4.2.3	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	64
4.2.4	Pengujian Asumsi Klasik .....	65
4.2.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.2.6	Pengujian Hipotesis.....	70
4.3	Pembahasan .....	72
4.3.1	Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Di Bank BRI Sidoarjo .....	72
4.3.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Di Bank BRI Sidoarjo.....	73

4.3.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Sikap Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Di Bank BRI Sidoarjo .....	75
4.3.4 Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Di Bank BRI Sidoarjo.....	76
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	77
5.3 Saran.....	78

DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Peraih Top Brand <i>mobile banking</i> BRI 2016 .....	6
Tabel 1.2 Peraih Top Brand <i>mobile banking</i> BRI 2017.....	7
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	17
Tabel 3.1 Tabel Interval Class.....	36
Tabel 3.2 Tabel Kisi-Kisi Kuisioner.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin... ..	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Dalam 1 Bulan .....	54
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Fasilitas.....	55
Tabel 4.8 Kategori <i>Mean</i> Dari Variabel Bebas Dan Terikat.....	56
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kegunaan.....	57
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	58
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Risiko .....	59
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap Nasabah .....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil .....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil .....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar .....	64
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	65
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Normalitas.....	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.20 Hasil Analisis Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	70
Tabel 4.21 Hasil Analisis Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T).....	71
Tabel 4.22 Hasil Analisis Uji R <sup>2</sup> .....	72

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Syamsul Hadi (2014).....	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Mohamad Majedul (2014).....	15
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Ilham Hassan (2014).....	17
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran .....	28
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 : Hasil Output Spss Uji Hipotesis
- Lampiran 5 : Hasil Output Spss Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : Tanggapan dan Karakteristik Responden
- Lampiran 7 : Data Responden
- Lampiran 8 : Jadwal Penulisan Skripsi
- Lampiran 9 : Surat Pernyataan
- Lampiran 10 : Berita Acara



***THE INFLUENCE OF USABILITY PERCEPTIONS, PERCEPTIONS OF EASE OF USE, AND PERCEPTIONS OF RISK TO THE ATTITUDE OF CUSTOMERS OF MOBILE BANKING USERS IN BANK BRI SIDOARJO***

Sheila Nanda Ayu Pramudita  
STIE Perbanas Surabaya  
Email : [sheilananda2701@gmail.com](mailto:sheilananda2701@gmail.com)  
Permata Alam Permai B1/06 Gedangan Sidoarjo

***ABSTRACT***

*Currently information and communication technology has grown very rapidly and has an important role in human life, one of them in terms of transactions. The form of online banking facility is Mobile Banking (also known as M-Banking or SMS banking) which is a means used for checking balances, financial transactions, payments and so forth by using mobile communication means is cellular telephone (mobile phone). This study aims to analyze the effect of usability perceptions, perceptions of ease of use, and risk perceptions on the attitudes of customers of mobile banking users in Bank BRI Sidoarjo. The method used in this research is by quantitative method and using primary data by distributing questionnaires to 74 respondents of mobile banking users in Bank BRI Sidoarjo. The sampling technique used in this study is purposive sampling, with the criteria of the customer is at least 19 years old. The analysis used in this research is using MRA (Moderated Regression Analysis). The results of this study indicate that the perception of utility significantly affects the attitude of customers of mobile users of Bank BRI, but on the perception of ease of use and risk perception have an insignificant effect on customer attitude of mobile users of Bank BRI.*

***Keywords :*** *perception of usefulness, perception of ease of use, perception of risk, attitude of customers.*