

**PENGARUH *EASE OF USE* TERHADAP *ACTUAL USE* DAN
CUSTOMER SATISFACTION MELALUI *ATTITUDE* DAN
USEFULNESS PADA LAYANAN *INTERNET BANKING*
BANK CENTRAL ASIA DI SURABAYA**

TESIS



**Disusun oleh
Cathlinita Sidik
8112417018**

**MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

**PENGARUH *EASE OF USE* TERHADAP *ACTUAL USE* DAN
CUSTOMER SATISFACTION MELALUI *ATTITUDE* DAN
USEFULNESS PADA LAYANAN *INTERNET BANKING*
BANK CENTRAL ASIA DI SURABAYA**

TESIS

Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
Untuk memenuhi persyaratan
Gelar Magister Manajemen



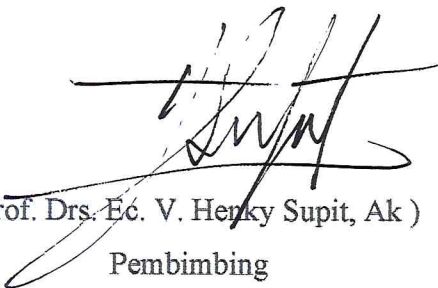
**Oleh:
Cathlinita Sidik
8112417018**

**MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Tesis yang berjudul “Pengaruh *Ease of Use* terhadap *Actual Use* dan *Customer Satisfaction* melalui *Attitude* dan *Usefulness* pada Layanan *Internet Banking* Bank Central Asia di Surabaya” yang ditulis dan diajukan oleh Cathlinita Sidik, S.E. NIM: 8112417018 telah disetujui untuk diuji.

Surabaya, 28 Nopember 2019



(Prof. Drs. Ec. V. Henky Supit, Ak)
Pembimbing

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis yang berjudul “Pengaruh *Ease of Use* terhadap *Actual Use* dan *Customer Satisfaction* melalui *Attitude* dan *Usefulness* pada Layanan *Internet Banking* Bank Central Asia di Surabaya” yang ditulis dan diajukan oleh Cathlinita Sidik, S.E. NIM: 8112417018 telah diuji dan dinilai oleh Tim Penguji Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Pada tanggal 17 Desember 2019

Tim Penguji

Ketua

(Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP))

Sekretaris

Anggota

(Prof. Drs. Ec. V. Henky Supit, Ak)

(Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si)

Mengetahui

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. J. S. Ami Soewandi)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Cathlinita Sidik

NIM : 8112417018

Judul : Pengaruh *Ease of Use* terhadap *Actual Use* dan *Customer Satisfaction* melalui *Attitude* dan *Usefulness* pada Layanan *Internet Banking* Bank Central Asia di Surabaya

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini adalah tulisan saya sendiri dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah siapapun yang saya ambil secara tidak jujur. Bahwa semua gagasan dan karya ilmiah saya kutip telah saya lakukan sejalan dengan etika dan kaidah penulisan karya ilmiah

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dapat dipublikasi di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai hak cipta.

Demikian pernyataan keaslian tesis ini dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Surabaya, 21 Nopember 2019

Yang Menyatakan,



Cathlinita Sidik

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan berkat, rahmat dan pancaran roh kudus yang selalu membimbing dan menguatkan dalam proses penyelesaian proposal tesis dengan judul “Pengaruh *Ease of Use* terhadap *Actual Use* dan *Customer Satisfaction* melalui *Attitude* dan *Usefulness* pada Layanan *Internet Banking* Bank Central Asia di Surabaya”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan akhir studi jenjang Strata-2, Jurusan Magister Manajemen, konsentrasi manajemen strategik Sekolah Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam proses penyelesaian studi ini, Penulis mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materi. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, rahmat, kekuatan , penyertaan, dan pencerahan dari roh kudus sehingga penulis dapat menyelesaikan proses pembuatan Tesis ini dengan baik
2. Orang tua tercinta dan keluarga yang selalu memberikan nasehat , dukungan, semangat, cinta, kasih sayang, dan memberikan dukungan penuh untuk penulis agar dapat menyelesaikan proses perkuliahan dan penulisan Tesis dan telah membantu serta memberikan dukungan secara moril dan materil.
3. Ferdinandus Yohanes Nugraha sebagai sahabat dan pacar yang selalu mendukung secara moril dan memahami masalah waktu dalam menghadapi kesibukan selama mengemban studi di sekolah pasca sarjana hingga penulisan tesis
4. Dosen Pembimbing saya Prof. Drs. Ec. V. Henky Supit, Ak yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan nasehat dengan penuh kesabaran dan ketelitian sehingga sangat membangun selama proses penyusunan tesis ini..
5. Dr. Christina Esti Susanti, MM, CPM (AP) selaku Kaprodi Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang mendukung penulis dalam menyelesaikan revisi proposal hingga menyelesaikan tesis ini.

6. Dr. Diyah Lutipa, SE., MM yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan arahan bagi penulis ketika mengolah data serta Dr. Margaretha Ardhanarim SE, Msi yang memberikan arahan penulis ketika revisi proposal tesis.
7. Keluarga besar WISMILAK terutama untuk Bu Sandra, Pak Edo dan Pak Malvin serta teman-teman departemen *finance* yang mendukung penulis dalam melakukan studi pascasarjana hingga penulisan tesis.
8. Teman-teman MM Hura-hura yang saling mendukung dan berjuang dalam penulisan tesis ini satu sama lain

Penulis berharap agar tesis ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya strategik perbankan dalam menghadapi teknologi dan industri 4.0 Indoneisa. Penulis menyampaikan permintaan maaf atas segala kekurangan dalam tesis ini

Surabaya, 28 Nopember 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iv
Pernyataan Keaslian dan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
<i>Abstract</i>	xiv
BAB 1. Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB 2 Tinjauan Pustaka	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	8
1. <i>Ease of Use</i>	8
2. <i>Usefulness</i>	9
3. <i>Attitude</i>	10
4. <i>Customer Satisfaction</i>	11
5. <i>Actual Use</i>	12
6. Pengaruh <i>ease of use</i> terhadap <i>usefulness</i>	13
7. Pengaruh <i>ease of use</i> terhadap <i>attitude</i>	13
8. Pengaruh <i>ease of use</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	13
9. Pengaruh <i>usefulness</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	14
10. Pengaruh <i>usefulness</i> terhadap <i>attitude</i>	14
11. Pengaruh <i>attitude</i> terhadap <i>actual use</i>	14
2.3 Model Penelitian	15
2.4 Hipotesis	15
BAB 3 Metode Penelitian	17
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Populasi dan Sampel	17
3.3 Identifikasi Variabel	18
3.4 Definisi Operasional Variabel	18

1. <i>Ease of Use</i>	18
2. <i>Usefulness</i>	19
3. <i>Attitude</i>	19
4. <i>Customer Satisfaction</i>	19
5. <i>Actual Use</i>	20
3.5 Pengukuran Variabel	20
3.6 Jenis dan Sumber Data	20
3.7 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	21
3.8 Teknik Pengambilan Sampel.....	21
3.9 Teknik Analisis Data	21
1. Uji Validitas.....	22
2. Uji Reliabilitas.....	23
3. Uji Normalitas	23
4. Uji Kecocokan Model.....	24
5. Uji Kecocokan Model Struktural.....	25
6. Uji Hipotesis.....	25
BAB 4 Hasil dan Analisis Data Penelitian	26
4.1 Hasil Pengolahan Data Penelitian	26
1. Karakteristik Responden	26
2. Statistik Deskriptif.....	30
3. Uji Validitas	36
4. Uji Reliabilitas.....	38
5. Uji Normalitas	40
6. Uji Kecocokan Model.....	42
7. Uji Kecocokan Model Struktural.....	42
8. Uji Hipotesis.....	45
4.2 Pembahasan	45
1. Pengaruh <i>ease of use</i> terhadap <i>usefulness</i>	45
2. Pengaruh <i>ease of use</i> terhadap <i>attitude</i>	46
3. Pengaruh <i>ease of use</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	47
4. Pengaruh <i>usefulness</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	48
5. Pengaruh <i>usefulness</i> terhadap <i>attitude</i>	49
6. Pengaruh <i>attitude</i> terhadap <i>actual use</i>	50
BAB 5 Kesimpulan dan Saran	51
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
1. Saran Teoritis	52
2. Saran Praktis	52

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Acuan Penelitian	8
3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	25
4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	27
4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	28
4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	29
4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Kepemilikan Layanan <i>Internet Banking</i> BCA	29
4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Kepemilikan Layanan <i>Internet Banking</i> selain BCA	30
4.7 Karakteristik Responden berdasarkan penggunaan <i>internet banking</i> Dalam tiga bulan terakhir.....	31
4.8 Penilaian untuk setiap variabel	31
4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Ease of Use</i>	32
4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Usefulness</i>	33
4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Attitude</i>	34
4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	34
4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Actual Use</i>	35
4.14 Hasil Uji Validitas.....	37
4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
4.16 Hasil Uji Normalitas Data Univariat.....	41
4.17 Hasil Uji Normalitas Data <i>Multivariate Normality</i>	42
4.18 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model hipotesis.....	43
4.19 Pengujian Hipotesis	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Bagan Pendekatan <i>customer satisfaction</i>	11
2.2 Model Penelitian.....	15

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Statistik Deskriptif
- Lampiran 3 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 4 Gambar *path* dengan *estimated t-values*
- Lampiran 5 Gambar *path* dengan *standardized Solution*
- Lampiran 6 Hasil Kuesioner
- Lampiran 7 Hasil *Syntax Code*
- Lampiran 8 Hasil *Ouput*

PENGARUH *EASE OF USE* TERHADAP *ACTUAL USE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* MELALUI *ATTITUDE* DAN *USEFULNESS* PADA LAYANAN INTERNET BANKING BANK CENTRAL ASIA DI SURABAYA

ABSTRAK

Bank Central Asia merupakan salah satu bank swasta terkemuka yang ada di Indonesia dan memiliki cukup banyak nasabah. Strategi yang dilakukan oleh bank BCA dalam menghadapi persaingan global di revolusi industri 4.0 salah satunya adalah dengan terus mengembangkan teknologi informasi yang dimiliki. Salah satu teknologi informasi yang dimiliki yaitu adanya *internet banking* yang dikembangkan dan dimanfaatkan oleh nasabah agar memberikan kemudahan dalam menjalankan transaksi dan meningkatkan kepuasan nasabah sebagai konusmen. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh *ease of use* terhadap *actual use* dan *customer satisfaction* melalui *attitude* dan *usefulness* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya.

Alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah menggunakan metode survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Central Asia yang memiliki dan menggunakan fasilitas layanan *internet banking*. Variabel dalam penelitian ini adalah *ease of use*, *usefulness*, *attitude*, *customer satisfaction* dan *actual use*. Penelitian ini menggunakan sampel penelitian 190 yang disusun berdasarkan variabel yang telah ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM dan menggunakan LISREL sebagai alat pengolahan data.

Dalam penelitian ini menunjukkan *ease of use* memiliki pengaruh terhadap *usefulness*, *ease of use* memiliki pengaruh terhadap *attitude*, *ease of use* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction*, *usefulness* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction*, *usefulness* memiliki pengaruh terhadap *attitude*, *attitude* memiliki pengaruh terhadap *actual use* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya.

Kata kunci : *ease of use*, *usefulness*, *attitude*, *customer satisfaction*, *actual use*

THE EFFECT EASE OF USE ON ACTUAL USE AND CUSTOMER SATISFACTION THROUGH ATTITUDE AND USEFULNESS ON BANK CENTRAL ASIA'S INTERNET BANKING SERVICES IN SURABAYA

ABSTRACT

Bank Central Asia is one of leading private banks in Indonesia and has quite a number of customers. One of the strategies taken by BCA in facing global competition in the industrial revolution 4. is to continue develop information technology continuously. One of information technologies that is owned is internet banking which developed and utilized by customers to provide convenience in carrying out transactions and increase customer satisfaction as a customer. The purpose of this study is to examine and analyze the effect of ease of use on actual use and customer satisfaction through attitude and usefulness on Bank Central Asia's internet banking services in Surabaya.

The tool used for data collection is use the survey method by questionnaires to Bank Central Asia customers who own and use internet banking services. The variables in this study are ease of use, usefulness, attitude, customer satisfaction and actual use. This study use 190 research samples prepared based on predetermined variables. The data analysis technique used is SEM and uses LISREL as a data processing tool.

In this study shows that ease of use has affect on usefulness, ease of use has affect on attitude, ease of use has affect on customer satisfaction, usefulness has affect on customer satisfaction, usefulness has affect on attitude, attitude has affect on actual use of Bank Central Asia's internet banking services in Surabaya.

Key words: *ease of use, usefulness, attitude, customer satisfaction, actual use*