

**TESIS**

**ANALISIS PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DALAM  
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS NASABAH**

**EVA MUTIARA AFIYAH**

**1708823003**



*Intelligentia - Dignitas*

**Tesis Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar  
Magister Manajemen**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2025**

**THESIS**

**ANALYSIS OF MOBILE BANKING USAGE IN INCREASING  
CUSTOMER TRUST AND LOYALTY**

**EVA MUTIARA AFIYAH**

**1708823003**



*Intelligentia - Dignitas*

**This Thesis is Prepared as one of the Requirements to Obtain a Master's  
Degree in Management**

**MASTER OF MANAGEMENT PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2025**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Penggunaan *Mobile Banking* Dalam Meningkatkan Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah bank BRI di Jabodetabek. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode asosiatif (kausal). Jenis populasi dalam penelitian ini yaitu semua nasabah mobil banking BRI di Jabodetabek. Sampel berjumlah 180 nasabah didapat dari jumlah item pernyataan dikali dengan 9. Menggunakan instrumen pengukuran skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived risk* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (Z), *perceived of benefit* ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* (Z), *perceived risk* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer trust* (Y), *perceived of benefit* ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer trust* (Y), *customer trust* (Y) berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty* (Z). Berdasarkan model analisis jalur inner model, menunjukkan bahwa *customer trust* (Y) dapat memediasi *perceived risk* ( $X_1$ ) terhadap *customer loyalty* (Z) dan *customer trust* (Y) tidak dapat memediasi *perceived of benefit* ( $X_2$ ) terhadap *customer loyalty* (Z).

Kata Kunci: *perceived risk, perceived of benefit, customer trust, customer loyalty.*

## ABSTRACT

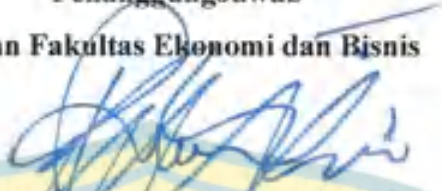
*This study aims to determine the Analysis of the Use of Mobile Banking in Increasing Trust and Loyalty of Bank BRI's customers in Jabodetabek. The method used in this research is quantitative with associative (causal) methods. The type of population in this study is all BRI mobile banking customers in Jabodetabek. The sample amounted to 180 customers obtained from the number of statement items multiplied by 9. Using a Likert scale measurement instrument. The research results indicate that perceived risk ( $X_1$ ) has a positive and significant effect on customer loyalty (Z), perceived benefit ( $X_2$ ) does not have a significant effect on customer loyalty (Z), perceived risk ( $X_1$ ) has a positive and significant effect on customer trust (Y), perceived benefit ( $X_2$ ) has a positive and significant effect on customer trust (Y), and customer trust (Y) has a positive and significant effect on customer loyalty (Z). Based on the inner path analysis model, it shows that customer trust (Y) can mediate perceived risk ( $X_1$ ) on customer loyalty (Z) and customer trust (Y) cannot mediate perceived of benefit ( $X_2$ ) on customer loyalty (Z).*

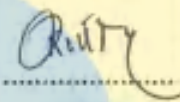
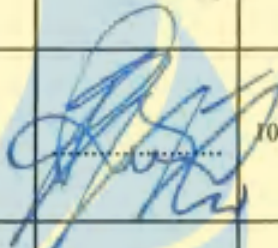

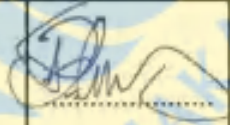
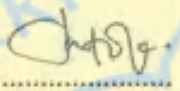
*Keywords: perceived risk, perceived of benefit, customer trust, customer loyalty.*

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM  
NIP 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Umi Widyastuti, SE, M.E NIP 197612112000122001 (Ketua Penguji)		10 Februari 2025
2	Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP 197206272006041001 (Pembimbing 1)		10 Februari 2025
3	Dr. Osly Usman, SE., M.Bus NIP 197401152008011008 (Pembimbing 2)		10 Februari 2025
4	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si NIP 197206171999031001 (Penguji 1)		10 Februari 2025
5	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP 198103222023212013 (Penguji 2)		10 Februari 2025

Nama : Eva Mutiara Afiyah

No. Registrasi : 1708823003

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal Lulus : 6 Februari 2025



**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME**


Yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama Lengkap : Eva Mutiara Afiyah  
No.Reg : 1708823003  
Jurusan : Magister Manajemen  
Similarity Score (Turnitin) : 16 %

Judul Tesis :  
Analisis Penggunaan *Mobile Banking* Dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi  
S2 Magister Manajemen

Jakarta, 10 Februari 2025  
Mahasiswa,

  
Dr. Osly Usman, SE., M.Bus  
NIP. 197401152008011008

  
Eva Mutiara Afiyah

Catatan :

Lampirkan hasil turnitin

## LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

Judul Tesis : Analisis Penggunaan *Mobile Banking* Dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah  
Metode Penelitian : Kuantitatif  
Nama : Eva Mutiara Afiyah  
NIM : 1708823003  
Program Studi : Magister Manajemen

1. Tesis ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Tesis ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 10 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Eva Mutiara Afiyah

1708823003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Eva Mutiara Afiyah  
NIM : 1708823003  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Magister Manajemen  
Alamat email : evmutiara@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Penggunaan *Mobile Banking* Dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Loyalitas

Nasabah

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Februari 2025

Penulis

( Eva Mutiara Afiyah )  
*nama dan tanda tangan*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "Analisis Penggunaan *Mobile Banking* Dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah". Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM dan Dr. Osly Usman, SE, M.Bus selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, motivasi, dan bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan tesis ini.
2. Prof. Dr. Umi Widyastuti, SE, ME, Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si, dan Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM selaku dosen penguji atas saran, kritik, dan masukan yang sangat berharga demi penyempurnaan tesis ini.
3. Kedua orang tua tercinta, Hj. Sri Puji Utami dan H. Eko Hariyanto atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang senantiasa menguatkan penulis dalam menyelesaikan studi ini.
4. Bagus Putra Budiman, suami tercinta, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan pengertian selama proses penulisan tesis ini.
5. Bapak Hajar Sasongko, selaku Pemimpin Cabang BRI Jakarta S. Parman periode 2022-2023, atas dukungan, arahan, motivasi, dan izin yang diberikan sehingga penulis dapat melanjutkan pendidikan S2 ini.
6. Rekan-rekan MM Eksekutif 2023 atas semangat, kebersamaan, dan dukungan selama masa studi.

7. Teman-teman group Lulus MM 2025 yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan studi ini, khususnya kepada Ulry Tertieny yang senantiasa menemani, menyemangati dan memberikan saran selama proses penulisan tesis ini.

Penulis berharap, tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Meskipun telah berusaha semaksimal mungkin, penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian tesis ini. Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapat balasan yang terbaik dari Allah SWT.

Jakarta, Februari 2025

Eva Mutiara Afiyah

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PLAGIARISME.....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Teori Pendukung.....	7
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	8
2.2.1 <i>Customer loyalty</i> / Loyalitas Nasabah .....	8
2.2.2 <i>Customer Trust</i> / Kepercayaan Nasabah.....	13
2.2.3 <i>Perceived Risk</i> / Persepsi Resiko .....	21
2.2.4 <i>Perceived of Benefit</i> / Persepsi Manfaat .....	27
2.2.5 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.3 Penelitian Terdahulu .....	42

2.4 Kerangka Pemikiran .....	55
2.5 Definisi Operasional .....	56
2.6 Hipotesis Operasional Penelitian.....	57
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	58
3.2 Desain Penelitian .....	58
3.3 Populasi dan Sampel.....	58
3.4 Pengembangan Instrumen .....	59
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.6 Teknik Analisis Data.....	67
3.6.1 <i>Analisis Partial Least Square (PLS)</i> .....	68
3.6.2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	70
3.6.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	71
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	72
<b>BAB IV HASIL ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>74</b>
4.1 Deskripsi Data .....	74
4.1.1 Profil perusahaan .....	74
4.1.2 Deskripsi Data Responden.....	75
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	76
4.2 Hasil Pengujian Data .....	78
4.2.1 <i>Outer Model</i> .....	78
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	80
4.2.3 Uji Validitas Diskriminan .....	84
4.3 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	86
4.3.1 Uji Multikolinearitas.....	86
4.3.2 Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ) .....	87
4.3.3 Effect Size ( $f^2$ ).....	88
4.3.4 Predictive Relevance ( $Q^2$ ).....	89
4.3.5 Uji Model Fit .....	90
4.3.6 Goodness of Fit (GoF) Index.....	90
4.3.7 <i>Path Coefficient</i> .....	91
4.4 Pembahasan .....	96

4.4.1 Pengaruh <i>Customer Trust</i> (Y) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Z).....	96
4.4.2 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> ( $X_1$ ) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Z) .....	97
4.4.3 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> ( $X_1$ ) terhadap <i>Customer Trust</i> (Y).....	98
4.4.4 Pengaruh <i>Perceived of Benefit</i> ( $X_2$ ) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Z)....	99
4.4.5 Pengaruh <i>Perceived of Benefit</i> ( $X_2$ ) terhadap <i>Customer Trust</i> (Y) .....	100
4.3.6 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> ( $X_1$ ) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Z) melalui <i>Customer Trust</i> (Y) .....	101
4.4.7 Pengaruh <i>Perceived of Benefit</i> ( $X_2$ ) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Z) melalui <i>Customer Trust</i> (Y) .....	102
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>104</b>
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Batasan Penelitian .....	105
5.3 Implikasi Manajerial.....	106
5.4 Rekomendasi .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>120</b>



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 4.1 Diagram PLS Algorithm .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4.2 <i>Output Bootstrapping</i> .....</b>	<b>92</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1 Data Pengguna Digital Banking Terbanyak di Indonesia.....</b>	<b>2</b>
<b>Tabel 1.2 Hasil Pra Riset Mengenai Penggunaan Mobile Banking .....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 3.1 Instrumen Penelitian .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 3.2 Pengukuran Skala.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 4.2 Analisis Deskriptif .....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 4.3 <i>Outer Loading</i> .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>81</b>
<b>Tabel 4.5 Uji Validitas Diskriminan.....</b>	<b>84</b>
<b>Tabel 4.6 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i> .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabel 4.7 <i>Collinearity Statistics (VIF)</i>.....</b>	<b>86</b>
<b>Tabel 4.8 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....</b>	<b>87</b>
<b>Tabel 4.9 <i>Effect Size (f<sup>2</sup>)</i> .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 4.10 <i>Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)</i> .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 4.11 Uji Model Fit .....</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 4.12 <i>Path Coefficients</i> .....</b>	<b>93</b>
<b>Table 4.13 Hasil <i>Path Coefficients</i> .....</b>	<b>94</b>