

**MEMBANGUN *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN MENINGKATKAN
INTENTION TO USE APLIKASI BANK DIGITAL MELALUI *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY, SUSTAINABILITY MARKETING, DAN
EMPLOYEE ADVOCACY***

KANESHIA ACHMADI

1710621008



Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Bisnis Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

***BUILDING CUSTOMER ENGAGEMENT AND INCREASING INTENTION
TO USE DIGITAL BANKING APPLICATIONS THROUGH CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY, SUSTAINABILITY MARKETING, AND
EMPLOYEE ADVOCACY***

KANESHIA ACHMADI

1710621008

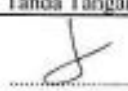
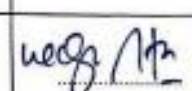
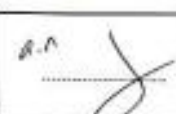
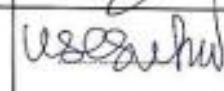
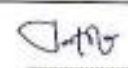


*This thesis is written as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Business degree from the Faculty of Economics and Business, Jakarta State
University.*

Intelligentia - Dignitas
**DIGITAL BUSINESS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY**

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M NIP. 197206270060410001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Ketua)		29/07/2025
2	Dr. Widya Parimita, S.E., M.PA NIP. 197006052001122001 (Penguji Ahli 1)		29/07/2025
3	Diena Noviarini, MMSI NIP. 197511152008122002 (Penguji Ahli 2)		30/07/2025
4	Prof. Usep Subud, Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		30/07/2025
5	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., MM NIP. 198103222023212013 (Pembimbing 2)		29/07/2025
Nama : Kaneshia Achmadi No. Registrasi : 1710621008 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Sidang : 24 Juli 2025			

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan guna memperoleh gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi 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 dikemudian 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 17 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Kaneshia Achmadi

NIM. 1710621008

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



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

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Kaneshia Achmadi
NIM : 1701621008
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Bisnis Digital
Alamat email : kaneshiaachmadi16@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 :

Membangun *Customer Engagement* dan Meningkatkan *Intention to Use* Aplikasi Bank Digital melalui *Corporate Social Responsibility, Sustainability Marketing, dan Employee Advocacy*

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, 24 Juli 2025
Penulis

Kaneshia Achmadi
NIM. 1710621008

ABSTRAK

KANESHIA ACHMADI. Membangun *Customer Engagement* dan Meningkatkan *Intention to Use* Aplikasi Bank Digital Melalui CSR, *Sustainability Marketing*, dan *Employee Advocacy*. Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Perkembangan pesat dalam sektor perbankan digital menuntut perusahaan untuk tidak hanya mengandalkan inovasi teknologi, tetapi juga membangun hubungan emosional dan nilai berkelanjutan bagi konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Sustainability Marketing*, dan *Employee Advocacy* terhadap *Customer Engagement* dan *Intention to Use* aplikasi bank digital, khususnya pada konsumen di Indonesia. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form. Data dikumpulkan dari 250 responden dan dianalisis dengan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR, *Sustainability Marketing*, dan *Employee Advocacy* secara signifikan berpengaruh terhadap *Customer Engagement* maupun *Intention to Use*.

Kata kunci: *Customer Engagement*, *Intention to Use*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Sustainability Marketing*, *Employee Advocacy*, Bank Digital.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

KANESHIA ACHMADI. *Building Customer Engagement and Increasing Intention to Use Digital Banking Applications through CSR, Sustainability Marketing, and Employee Advocacy. Digital Business, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2025.*

The rapid development of the digital banking sector requires companies not only to rely on technological innovation but also to build emotional connections and deliver sustainable value to consumers. This study aims to examine the influence of perceived Corporate Social Responsibility (CSR), Sustainability Marketing, and Employee Advocacy on Customer Engagement and Intention to Use digital banking applications, particularly among Indonesian consumers. This research employs a quantitative approach, with data collected through an online survey using Google Forms. A total of 250 responses were obtained and analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) technique. The findings reveal that CSR, Sustainability Marketing, and Employee Advocacy have a significant positive effect on both Customer Engagement and Intention to Use.

Keywords: *Customer Engagement, Intention to Use, Corporate Social Responsibility (CSR), Sustainability Marketing, Employee Advocacy, Digital Banking.*

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "*Membangun Customer Engagement dan Meningkatkan Intention to Use Aplikasi Bank Digital Melalui Corporate Social Responsibility, Sustainability Marketing, dan Employee Advocacy*" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis, di Universitas Negeri Jakarta. Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Ryna Parlina, M.B.A., selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital sekaligus ketua sidang.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku dosen pembimbing pertama yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, M.M, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu dan Ayah yang selalu memberikan segala dukungan dan doa restu untuk kelancaran dalam hidup saya.

6. Febiano Aimar Achmadi yang selalu dapat diandalkan ketika saya membutuhkan pertolongan.
7. Teman-teman saya, Tivany, Mumtaz, Anggie, Fira, Amel, Diana, Arista, Ariza, Life Degree, dan teman-teman lain yang tidak dapat saya sebutkan semua yang telah memberikan bantuan dalam berbagai bentuk dalam proses perkuliahan saya.
8. Seluruh pihak yang terlibat yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan di bidang yang relevan.

Jakarta, 16 Juli 2025

Kaneshia Achmadi

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori Pendukung	14
2.1.1 Definisi <i>Intention to Use</i>	14
2.1.2 Definisi <i>Customer Engagement</i>	15
2.1.3 Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
2.1.4 Definisi <i>Sustainability Marketing</i>	21

2.1.5	Definisi <i>Employee Advocacy</i>	23
2.1.6	Dimensi <i>Intention to Use</i>	25
2.1.7	Dimensi <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
2.1.8	Dimensi <i>Customer Engagement</i>	27
2.1.9	Dimensi <i>Sustainability Marketing</i>	29
2.1.10	Dimensi <i>Employee Advocacy</i>	30
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	33
2.3.1	Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan <i>Customer Engagement</i>	33
2.3.2	Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan <i>Intention to Use</i> 34	
2.3.3	Hubungan <i>Sustainability Marketing</i> dengan <i>Customer Engagement</i> 35	
2.3.4	Hubungan <i>Sustainability Marketing</i> dengan <i>Intention to Use</i>	35
2.3.5	Hubungan <i>Employee Advocacy</i> dengan <i>Customer Engagement</i> ...	36
2.3.6	Hubungan <i>Employee Advocacy</i> dengan <i>Intention to Use</i>	37
BAB III		41
METODE PENELITIAN		41
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.2	Desain Penelitian	41
3.3	Populasi dan Sampel	42
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	42
3.5	Pengembangan Instrumen	43
3.5.1	Definisi Konseptual	43
3.5.2	Definisi Operasional	45

3.5.3	Instrumen <i>Corporate Social Responsibility</i>	47
3.5.4	Instrumen <i>Sustainability Marketing</i>	48
3.5.5	Instrumen <i>Employee Advocacy</i>	49
3.5.6	Instrumen <i>Customer Engagement</i>	50
3.5.7	Instrumen <i>Intention to Use</i>	50
3.6	Teknik Pengumpulan Data	51
3.7	Teknik Analisis Data	52
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	52
3.7.2	Uji Validitas.....	52
3.7.3	Uji Realibilitas.....	53
3.7.4	Uji Kelayakan Model	54
BAB IV		56
HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	DESKRIPSI DATA	56
4.1.1	Profil Responden	56
4.1.2	Profil Data	61
4.2	HASIL ANALISIS DATA	74
4.2.1	Uji Validitas dan Realibilitas Data	74
4.2.2	Uji Kelayakan Model	79
4.2.3	Uji Hipotesis.....	79
4.3	PEMBAHASAN	80
BAB V		92
KESIMPULAN		92
5.1	KESIMPULAN	92
5.2	IMPLIKASI	94

5.2.1 Implikasi Teoritis.....	94
5.2.2 Implikasi Praktis.....	96
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	98
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	109



Intelligentia - Dignitas