

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED SECURITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER TRUST* PADA APLIKASI BANK DIGITAL

HENDRYAWAN CIPTA MULIA

1710622029



**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**

2026

***THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE AND
PERCEIVED SECURITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH
CUSTOMER TRUST IN DIGITAL BANKING APPLICATION***

HENDRYAWAN CIPTA MULIA

1710622029



Intelligentia - Dignitas

This thesis is written to fulfill one of the requirements for obtaining a Bachelor of Business degree at the Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta

***DIGITAL BUSINESS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SIDANG SKRIPSI	
Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
	
<u>Dr. Ryna Parlyna, M.B.A</u> NIP. 197701112008122003	<u>Inkreswari Retno Hardini, S.Kom., M.T.</u> NIP. 199502132024062001
Mengetahui, Koord. Program Studi Bisnis Digital	
	
<u>Dr. Ryna Parlyna, M.B.A</u> NIP. 197701112008122003	
Nama	: Hendryawan Cipta Mulia
No. Registrasi	: 1710622029
Program Studi	: S1 Bisnis Digital

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab			
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis			
			
Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ati Sumiati, S.Pd., MM NIP. 197906102008012028 (Ketua Sidang)		13 / 01 / 2026
2	Ringga Sentagi Asa, S.Pd., M.Kom NIP. 198904142024061001 (Penguji 1)		13 / 01 / 2026
3	Stanny Dewanty Rehatta, S.SI., M.Kom NIP. 199811082024062001 (Penguji 2)		13 / 01 / 2026
4	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A. NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 1)		13 / 01 / 2026
5	Inkreswari Retno Hardini, S.Kom., M.T. NIP. 199502132024062001 (Pembimbing 2)		13 / 01 / 2026
Nama : Hendryawan Cipta Mulia No. Registrasi : 1710622029 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 9 Januari 2026			

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

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hendryawan Cipta Mulia

NIM : 1710622029

Program Studi : S1 Bisnis Digital

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* pada Aplikasi Bank Digital

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka. 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, 02 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



Hendryawan Cipta Mulia

NIM. 1710622029

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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

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 : Hendryawan Cipta Mulia
NIM : 1710622029
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Alamat email : aanhendry3@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* pada Aplikasi Bank Digital

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 02 Februari 2026

Penulis

(Hendryawan Cipta Mulia)

ABSTRAK

Hendryawan Cipta Mulia, Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived Security terhadap Customer Loyalty melalui Customer Trust Pada Aplikasi Bank Digital: Skripsi, Jakarta, Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Transformasi layanan perbankan digital di Indonesia telah memicu pergeseran pola perilaku nasabah dalam memanfaatkan layanan perbankan. Intensitas persaingan yang semakin meningkat menjadikan *customer loyalty* sebagai elemen strategis dalam menjaga keberlanjutan penggunaan bank digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived security* terhadap *customer loyalty* dengan *customer trust* sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi Bank XYZ. Pendekatan kuantitatif diterapkan melalui metode survei, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 150 mahasiswa pengguna aplikasi Bank XYZ di wilayah Jakarta Timur. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil pengujian memberikan indikasi bahwa *perceived ease of use* dan *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer trust* dan *customer loyalty*. Lebih lanjut, *customer trust* memiliki pengaruh positif terhadap *customer loyalty* serta berperan dalam memediasi pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived security* terhadap *customer loyalty*.

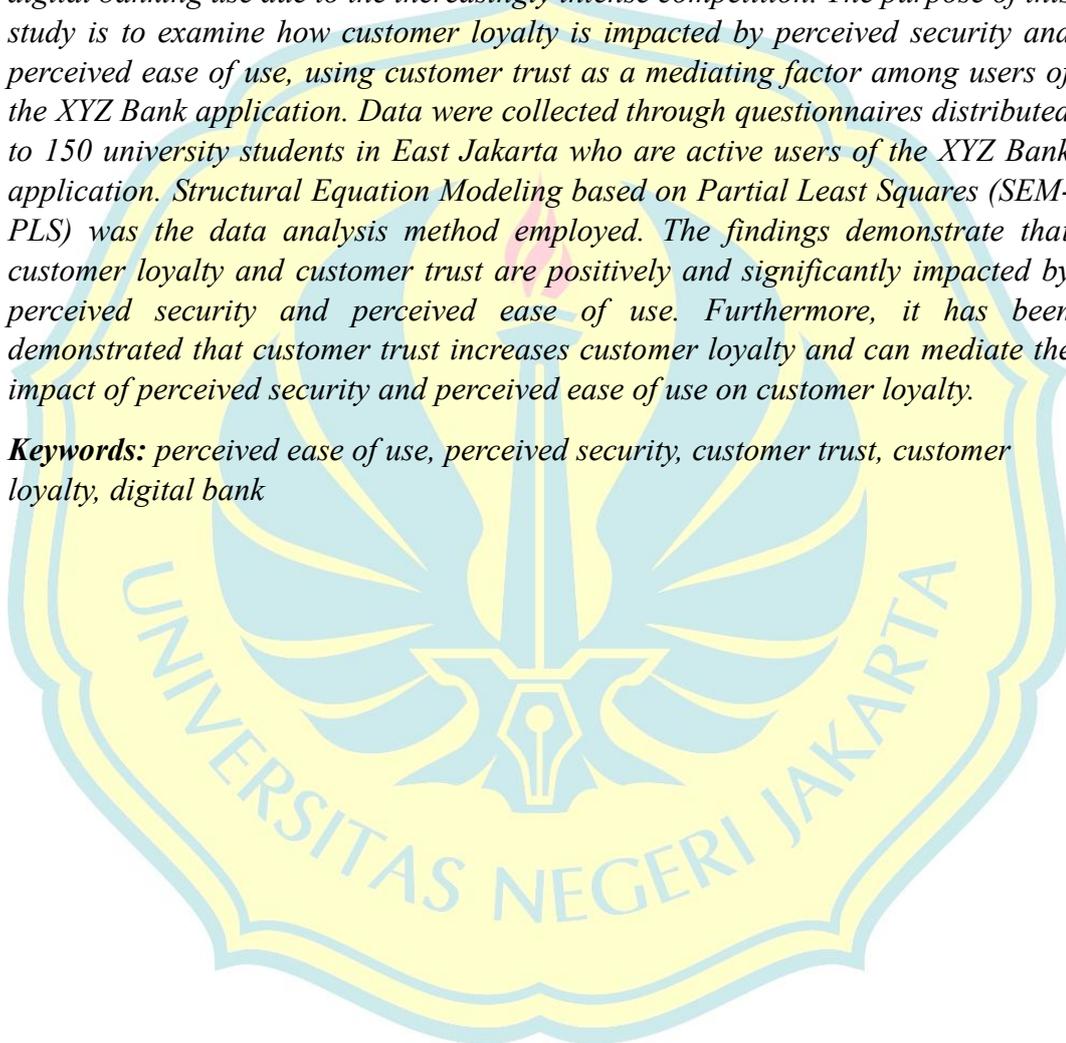
Kata kunci: *perceived ease of use, perceived security, customer trust, customer loyalty, bank digital*

ABSTRACT

Hendryawan Cipta Mulia, The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Security on Customer Loyalty through Customer Trust in Digital Banking Applications: Undergraduate Thesis, Jakarta: Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Customers use of banking services is changing as a result of the growth of digital banking in Indonesia. Customer loyalty is essential to the long-term viability of digital banking use due to the increasingly intense competition. The purpose of this study is to examine how customer loyalty is impacted by perceived security and perceived ease of use, using customer trust as a mediating factor among users of the XYZ Bank application. Data were collected through questionnaires distributed to 150 university students in East Jakarta who are active users of the XYZ Bank application. Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) was the data analysis method employed. The findings demonstrate that customer loyalty and customer trust are positively and significantly impacted by perceived security and perceived ease of use. Furthermore, it has been demonstrated that customer trust increases customer loyalty and can mediate the impact of perceived security and perceived ease of use on customer loyalty.

Keywords: perceived ease of use, perceived security, customer trust, customer loyalty, digital bank



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada manusia paling mulia Nabi Muhammad Sallallahu alaihi wasallam, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* pada Aplikasi Bank Digital”, yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

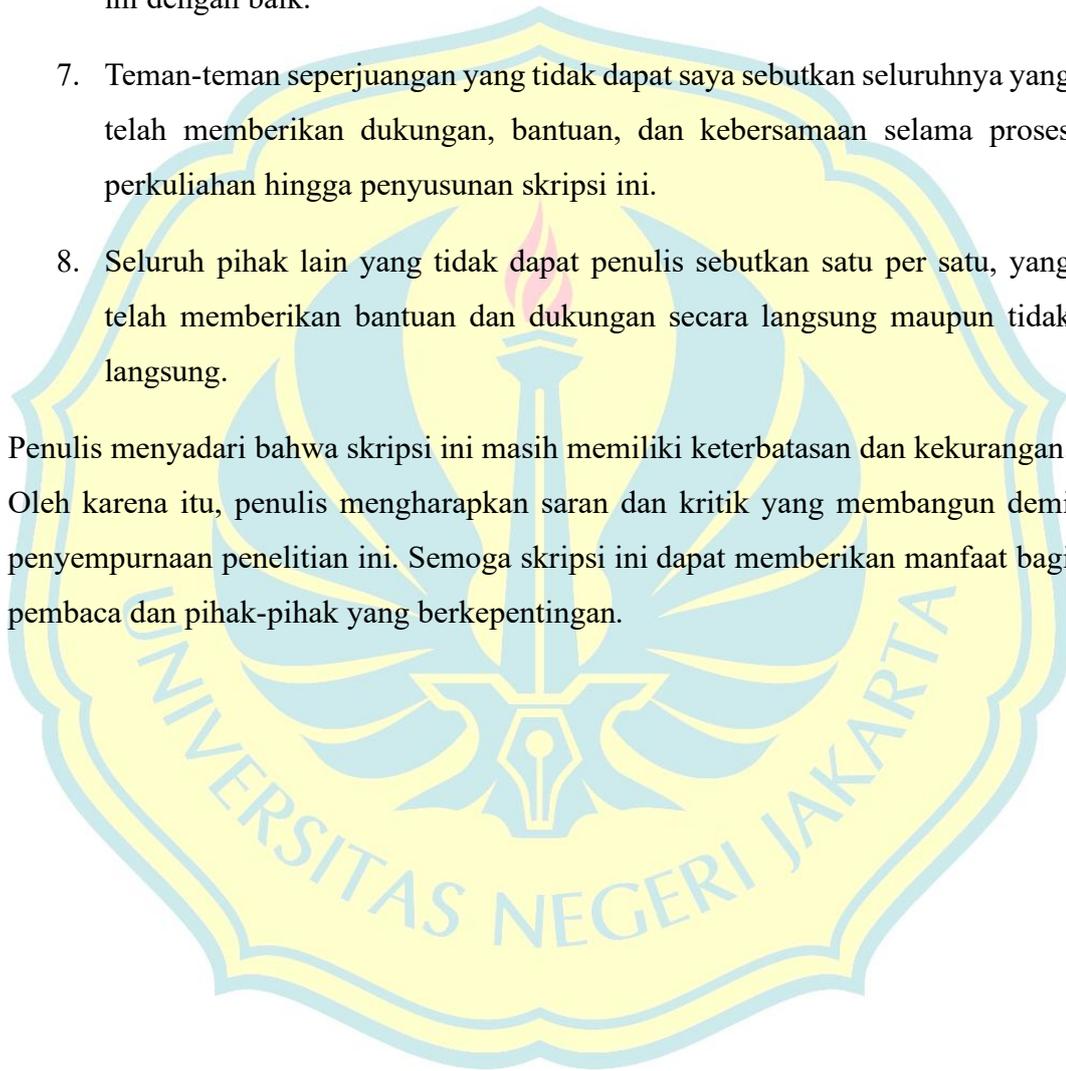
Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak terlepas dari berbagai kendala dan tantangan. Namun, berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin. M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta
3. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital, atas perhatian, arahan, serta informasi akademik yang secara konsisten diberikan dan sangat membantu penulis, khususnya dalam rangka persiapan pelaksanaan sidang skripsi dan penyelesaian studi.
4. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Inkreswari Retno Hardini, S.Kom., M.T., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, dan arahan secara berkelanjutan, serta dorongan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan mengikuti sidang tepat waktu.
5. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah berkontribusi melalui

pemberian ilmu pengetahuan, layanan akademik, dan dukungan selama penulis menempuh masa studi.

6. Ibu, Ayah, dan Adik yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral, serta motivasi tanpa henti kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian proses penyusunan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman seperjuangan yang tidak dapat saya sebutkan seluruhnya yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori Pendukung	10
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	10
2.1.2 <i>Customer Loyalty</i>	11
2.1.3 <i>Customer Trust</i>	12

2.1.4 <i>Perceived Ease of Use</i>	14
2.1.5 <i>Perceived Security</i>	15
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	16
2.2.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	17
2.2.2 Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	18
2.2.3 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	19
2.2.4 Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	20
2.2.5 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	21
2.2.6 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Trust</i>	22
2.2.7 Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Trust</i>	24
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	34
3.2 Desain Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Pengembangan Instrumen.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5 Teknik Analisis Data	43
3.5.1 <i>Evaluation of Measurement Model (Outer Model)</i>	43
3.5.2 <i>Evaluation of Structural Model (Inner Model)</i>	45
3.5.3 Pengujian Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Karakteristik Responden	48
4.2 Statistik Deskriptif Variabel.....	51

4.2.1 Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	51
4.2.2 Variabel <i>Perceived Security</i>	54
4.2.3 Variabel <i>Customer Trust</i>	56
4.2.4 Variabel <i>Customer Loyalty</i>	58
4.3 Uji <i>Outer Model</i>	60
4.3.1 <i>Convergent Validity</i>	61
4.3.2 <i>Discriminant validity</i>	62
4.3.3 <i>Reliability Test</i>	63
4.3.4 <i>Multicollinearity Test</i>	64
4.4 Uji <i>Inner Model</i>	66
4.4.1 Relevansi Prediksi (Q²)	67
4.4.2 Koefisien Determinasi (R²).....	67
4.5 Uji Hipotesis	68
4.6 Pembahasan	71
4.6.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	71
4.6.2 Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	72
4.6.3 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	73
4.6.4 Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	74
4.6.5 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	75
4.6.6 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Trust</i>	76
4.6.7 Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Trust</i>	77
4.7 <i>Output</i>	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81

5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Implikasi.....	82
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	82
5.2.2 Implikasi Praktis.....	83
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	84
5.4 Rekomendasi.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Digital Banking di Indonesia	2
Gambar 1.2 Bank Digital Populer di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Model	66
Gambar 4.2 Hasil Bootstrapping	71
Gambar 4.3 Prototipe Bank Digital	79



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert	43
Tabel 3.3 Rule of Thumb SEM-PLS.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	48
Tabel 4.2 Tabel Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	52
Tabel 4.3 Tabel Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Security</i>	54
Tabel 4.4 Tabel Frekuensi Jawaban Variabel <i>Customer Trust</i>	56
Tabel 4.5 Tabel Frekuensi Jawaban Variabel <i>Customer Loyalty</i>	58
Tabel 4.6 Nilai <i>Outer Loading</i>	61
Tabel 4.7 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	62
Tabel 4.8 Nilai <i>Cross Loading</i>	62
Tabel 4.9 Tabel Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 10 Tabel Uji Multikoleniaritas	65
Tabel 4.11 Nilai Relevansi Prediksi (Q2).....	67
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Determinasi (R2).....	68
Tabel 4.13 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	69
Tabel 4.14 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian.....	97
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Kuesioner	101
Lampiran 3 Surat Persetujuan Dosen Pembimbing	117
Lampiran 4 Surat Persetujuan Sidang Proposal Skripsi.....	118
Lampiran 5 Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	119
Lampiran 6 Form Saran dan Perbaikan Seminar Proposal	120
Lampiran 7 Form Saran dan Perbaikan Sidang Skripsi	120
Lampiran 8 Surat Persetujuan Setelah Sidang Skripsi.....	121
Lampiran 9 Kartu Konsultasi Pembimbingan Penulisan Skripsi	122
Lampiran 10 Prototipe Bank Digital.....	122
Lampiran 11 Hasil Uji Kemiripan Naskah.....	123

