

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
ATTITUDE TOWARD THE SERVICE SERTA IMPLIKASINYA
TERHADAP *INTENTION TO USE* PADA APLIKASI BLU BY
BCA: TELAAH PADA GENERASI Z DI INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

DHANIEL PRIAMBODO WAHYUDI

00000048215

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
ATTITUDE TOWARD THE SERVICE SERTA IMPLIKASINYA
TERHADAP INTENTION TO USE PADA APLIKASI BLU BY
BCA: TELAAH PADA GENERASI Z DI INDONESIA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Dhaniel Priambodo Wahyudi

00000048215

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

i

Analisis Faktor-Faktor..., Dhaniel Priambodo Wahyudi, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Dhaniel Priambodo Wahyudi
Nomor Induk Mahasiswa : 00000048215
Program studi : Manajemen
Jenjang : S1

Tugas akhir skripsi dengan judul:

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ATTITUDE TOWARD THE SERVICE SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP INTENTION TO USE PADA APLIKASI BLU BY BCA: TELAHAH PADA GENERASI Z DI INDONESIA.

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13/05/2024



(Dhaniel Priambodo Wahyudi)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Attitude Toward the Service* Serta
Implikasinya Terhadap *Intention To Use* pada Aplikasi Blu By BCA: Telaah pada
Generasi Z Di Indonesia

Oleh

Nama : Dhaniel Priambodo Wahyudi

NIM : 00000048215

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 13 Mei 2024

Pembimbing



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.

NIDN 0321107801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

NIDN 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Attitude Toward the Service* Serta Implikasinya Terhadap *Intention To Use* pada Aplikasi Blu By BCA: Telaah pada Generasi Z Di Indonesia

Oleh

Nama : Dhaniel Priambodo Wahyudi

NIM : 00000048215

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 17 Mei 2024

Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Dr. Florentina Kurniasari T, Sos., M.B.A
NIDN 0314047401



Dr Mohammad Annas, S.Tr.Par.,
M.M., CSCP
NIDN 0312087404

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.
NIDN 0321107801



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
NIDN 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dhaniel Priambodo Wahyudi
NIM : 00000048215
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Attitude Toward the Service* Serta Implikasinya Terhadap *Intention To Use* pada Aplikasi Blu By BCA: Telaah pada Generasi Z Di Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 13 Mei 2024



(Dhaniel Priambodo Wahyudi)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Penuh rasa syukur, Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkah, karunia, dan kesempatan yang diberikan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Skripsi dengan judul " Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Attitude Toward the Service Serta Implikasinya Terhadap Intention To Use pada Aplikasi Blu By BCA: Telaah pada Generasi Z Di Indonesia " ini dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan program pendidikan sarjana jurusan manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Melalui proses ini, Penulis memperoleh banyak pengalaman berharga, ilmu pengetahuan, dan nilai-nilai penting yang menunjang pengembangan diri.

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T, S.Sos., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih.S.E.,M.S.M, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Anna Riana Putriya, S.E., M.Si, sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr. Florentina Kurniasari T, S.Sos. selaku ketua sidang dan Dr Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M. selaku penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan menganalisis tugas akhir yang telah dibuat.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Teman-teman perkuliahan saya khususnya Christopher, Priscilla, Vadreyna, Darren, Yonatan yang selalu mendukung dan memberikan semangatnya dalam menyelesaikan tugas akhir bersama-sama.
8. Kepada seluruh pihak yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu, dimana telah membantu saya dalam bentuk dan caranya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Diharapkan karya ilmiah ini dapat memberikan sumbangsih dan manfaat bagi para pembacanya dari berbagai latar belakang. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan karya ilmiah ini masih terdapat beberapa kekurangan, baik dalam hal penggunaan maupun pemilihan kata. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada para pembaca yang telah meluangkan waktu untuk membaca karya ilmiah ini.

Tangerang, 13 Mei 2024



Dhaniel Priambodo Wahyudi



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
ATTITUDE TOWARD THE SERVICE SERTA
IMPLIKASINYA TERHADAP INTENTION TO USE PADA
APLIKASI BLU BY BCA: TELAHAH PADA GENERASI Z DI
INDONESIA**

Dhaniel Priambodo Wahyudi

ABSTRAK

Era digital memicu perkembangan teknologi pesat dan membawa berbagai perubahan, termasuk di industri keuangan. Lahirlah financial technology, perpaduan jasa keuangan dan teknologi, yang salah satu contohnya adalah bank digital. Bank digital, yang diprediksikan berkembang pesat di tahun 2026, memungkinkan segala aktivitas perbankan dilakukan secara digital. Salah satu layanan bank digital populer, Blu by BCA, memiliki beberapa pesaing yang belum mampu menandinginya dalam jumlah pengguna. Hal ini mendorong penelitian untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan aplikasi Blu. Sembilan variabel diuji, yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, *attitude toward the service*, *features*, *firm reputation*, *convenience*, dan *intention to use*. Pengambilan data dilakukan melalui kuisisioner dan pengolahan data menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *attitude toward the service* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use*.

Kata kunci: Bank Digital, Blu by BCA, *Intention to Use*

**ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING ATTITUDE
TOWARD THE SERVICE AND ITS IMPLICATIONS FOR
INTENTION TO USE THE BLU BY BCA APPLICATION: A
STUDY OF THE Z GENERATION IN INDONESIA**

Dhaniel Priambodo Wahyudi

ABSTRACT (English)

The digital era has triggered rapid technological developments and brought various changes, including in the financial industry. Financial technology was born, a combination of financial services and technology, one example of which is digital banking. Digital banks, which are predicted to develop rapidly in 2026, enable all banking activities to be carried out digitally. One of the popular digital banking services, Blu by BCA, has several competitors who have not been able to match it in terms of number of users. This encourages research to examine the factors that influence users' intentions to use the Blu application. Nine variables were tested, namely perceived ease of use, perceived usefulness, trust, attitude toward the service, features, firm reputation, convenience, and intention to use. Data collection was carried out through questionnaires and data processing using SmartPLS 4. The research results showed that perceived usefulness and attitude toward the service had a positive influence on intention to use.

Keywords: Digital Bank, Blu by BCA, Intention to Use

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Akademis	16
1.4.2 Manfaat Praktis.....	16
1.5 Batasan Penelitian.....	16
1.6 Sistematika Penulisan	17
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1 Tinjauan Teori.....	18
2.1.1 Bank digital.....	18
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	18
2.1.3 <i>Perceived ease of use</i>	19
2.1.4 <i>Perceived usefulness</i>	19
2.1.5 <i>Trust</i>	20
2.1.6 <i>Attitude toward the service</i>	20
2.1.7 <i>Features</i>	21

2.1.8	<i>Firm reputation</i>	21
2.1.9	<i>Convenience</i>	21
2.1.10	<i>Intention to use</i>	22
2.2	Model Penelitian	22
2.3	Hipotesis	24
2.3.1	Pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> ...	24
2.3.2	Pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>attitude toward the service</i>	25
2.3.3	Pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>attitude toward the service</i>	25
2.3.4	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>attitude toward the service</i>	26
2.3.5	Pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>intention to use</i>	26
2.3.6	Pengaruh <i>attitude toward the service</i> terhadap <i>intention to use</i> ...	27
2.3.7	Pengaruh <i>features</i> terhadap <i>intention to use</i>	27
2.3.8	Pengaruh <i>firm reputation</i> terhadap <i>intention to use</i>	28
2.3.9	Pengaruh <i>convenience</i> terhadap <i>intention to use</i>	28
2.4	Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		35
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
3.1.1	Blu	35
3.2	Desain Penelitian	38
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.3.1	Populasi	41
3.3.2	Sampel	42
3.3.2.1	Sampel Frame	43
3.3.2.2	Sampel Technique	43
3.3.2.3	Sampel Size	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1	Periode Penelitian	47
3.4.2	Pengumpulan Data	47
3.5	Identifikasi Variabel Penelitian	48

3.5.1	Variabel Eksogen	48
3.5.2	Variabel Endogen	48
3.6	Operasionalisasi Variabel	49
3.7	Teknik Analisis Data	54
3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.7.2	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	55
3.7.3	<i>Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i> .	56
3.8	<i>Testing Structural Relationship</i>	58
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	59
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian	59
4.2	Karakteristik Responden	60
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	61
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Bank Konvensional	61
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Bank Digital	62
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Fitur Favorit Perbankan	63
4.3	Analisis Statistik	63
4.3.1	<i>Perceived Ease of Use</i>	64
4.3.2	<i>Perceived Usefulness</i>	65
4.3.3	<i>Trust</i>	66
4.3.4	<i>Attitude Toward the Service</i>	67
4.3.5	<i>Features</i>	68
4.3.6	<i>Firm Reputation</i>	69
4.3.7	<i>Convenience</i>	70
4.3.8	<i>Intention to Use</i>	70
4.4	Uji Instrumen Pre-test	72
4.4.1	Uji Validitas Pre-test	72
4.4.2	Uji Reliabilitas Pre-test	73
4.5	Uji Instrumen Main-test	75

4.5.1	Hasil Uji Outer Model	75
4.5.2	Uji Validitas Main-test.....	76
4.5.3	Uji Reliabilitas Main-test.....	78
4.5.4	R-square	79
4.5.5	Hasil Discriminant Validity Main-test (Cross Loading).....	80
4.5.6	Hasil Discriminant (Fornell-Larcker)	81
4.6	Uji Hipotesis.....	82
4.7	Implikasi Manajerial	87
4.6.1	Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	87
4.6.2	Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude Toward the Service</i>	88
4.6.3	Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Trust</i> terhadap <i>Attitude Toward the Service</i>	89
4.6.4	Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	89
4.6.5	Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Attitude Toward the Service</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Simpulan.....	92
5.2	Saran.....	94
5.2.1	Saran untuk Perusahaan (Blu)	94
5.2.2	Saran untuk Penelitian selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN.....		100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Bank Digital di Indonesia	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Data Operasionalisasi Variabel	49
Tabel 4.1 Kategori Interval Kelas	64
Tabel 4.2 Penilaian Variabel Perceived Ease of Use	64
Tabel 4.3 Penilaian Variabel Perceived Usefulness	65
Tabel 4.4 Penilaian Variabel Trust	66
Tabel 4.5 Penilaian Variabel Attitude Toward the Service	67
Tabel 4.6 Penilaian Variabel Features	68
Tabel 4.7 Penilaian Variabel Firm Reputation	69
Tabel 4.8 Penilaian Variabel Convenience	70
Tabel 4.9 Penilaian Variabel Intention to Use	70
Tabel 4.10 Uji Validitas Pre-test	72
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Pre-test	74
Tabel 4.12 Uji Validitas Main-test	76
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Main-test	78
Tabel 4.14 R-square	79
Tabel 4.15 Hasil Discriminant Validity Main-test (Cross Loading)	80
Tabel 4.16 Hasil Discriminant Validity Main-test (Fornell-Larcker)	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	82

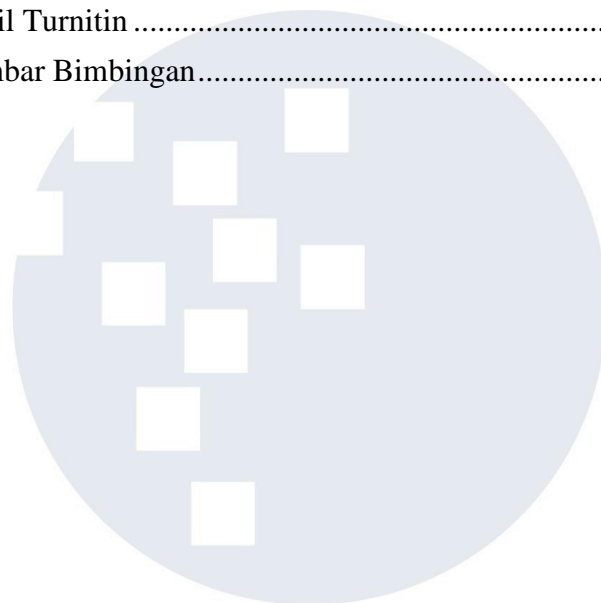
UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai transaksi pembayaran digital di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)	4
Gambar 1.3 Nilai Transaksi Digital Banking di Indonesia	5
Gambar 1.4 Nilai Transaksi Ekonomi Digital di Negara Asia Tenggara	6
Gambar 1.5 10 Aplikasi Bank Digital yang Paling Banyak Diunduh	9
Gambar 1.6 Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z	10
Gambar 2.2 Model Penelitian 1	23
Gambar 2.3 Model Penelitian 2	23
Gambar 2.4 Model Penelitian Peneliti	24
Gambar 3.1 Logo Blu by BCA	35
Gambar 3.2 Menu yang dimiliki aplikasi Blu	36
Gambar 3.3 Penawaran menarik yang dimiliki Blu	36
Gambar 3.4 Video edukasi Blu	37
Gambar 3.4 Layanan yang ada pada Blu	37
Gambar 3.5 Jenis-jenis penelitian	39
Gambar 3.6 Tahapan proses sampling	42
Gambar 3.7 Variabel Eksogen	48
Gambar 3.8 Variabel Endogen	48
Gambar 3.9 Prosedur Sistematis Penerapan PLS-SEM	57
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	61
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Bank Konvensional	62
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Bank Digital	62
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Fitur Favorit Perbankan	63
Gambar 4.6 Uji Outer Model.....	76
Gambar 4.7 Hasil Akhir Uji Hipotesis	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Pre-test.....	100
Lampiran C Jurnal Utama	106
Lampiran D Kuesioner	124
Lampiran E Hasil Turnitin	139
Lampiran F Lembar Bimbingan.....	140



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA