

TESIS

**STUDI PERBEDAAN KARAKTERISTIK KONSUMEN
PADA PELAYANAN *E-BANKING* PT. BANK RAKYAT
INDONESIA, Tbk. YOGYAKARTA**



LILIAN DEWIYAN
No. Mhs. : 155002393/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2017



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

Nama : LILIAN DFEWIYAN
Nomor Mahasiswa : 155002393/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Studi Perbedaan Karakteristik Konsumen pada Pelayanan
E-Banking PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk Yogyakarta

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

Prof. Dr. M. F. Shellyana Junaedi, M.Si.

25 Juli 2017



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

Nama : LILIAN DEWIYAN
Nomor Mahasiswa : 155002393/PS/MM
Konsentrasi : Pemasara
Judul Tesis : Studi Perbedaan Karakteristik Konsumen pada Pelayanan
E-Banking PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk Yogyakarta

Nama Penguji	Tanggal	Tanda tangan
Prof. Dr. M. F. Shellyana Junaedi, M.Si.	25 Juli 2017	
Budi Suprpto, MBA., Ph.D	25 Juli 2017	
Dr. J. Ellyawati, MM	26 Juli 2017	

Ketua Program Studi

PROGRAM PASCASARJANA

Mahestu Noviandra Krisjanti M.Sc. IB, PhD

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis saya yang berjudul:

STUDI PERBEDAAN KARAKTERISTIK KONSUMEN PADA PELAYANAN *E-BANKING* PT. BANK RAKYAT INDONESIA, Tbk. YOGYAKARTA

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari tesis ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 24 Juli 2017

Yang menyatakan

Lilian Dewiyan

MOTTO

Develop success from failures. Discouragement and failure are two of the surest stepping stones to success

-Dale Carnegie-

Try not become man of success, but rather become a man of value

-Albert Einstein-

Thoughts give birth to actions, actions spawned a habit, habit bore the character, and the character created fate

-Aristoteles-

Your life will not be changed by fate, but be transformed by the changes that you did

-Jim Rohn-

PERSEMBAHAN

♥ **Tuhan Yesus Kristus**, yang senantiasa memberkati dan mengasihiku.

♥ **Papi Sugiyanto dan Mami Ira Dewi Ratnawati**, kedua orangtuaku yang selalu mendoakan dan mendukung setiap langkah di kehidupanku.

♥ **Sonny Ariyanto dan Rina Febriyani**, kedua kakakku yang senantiasa memberikam dukungan dan motivasi.

♥ **Richardo Farel Cannavaro, Rachelita Aurel Octavia, Resilia Gabriel Florensia, Felicia Patricie Tatiana, dan Leonel Felixiano Ariyanto**, kelima ponakanku yang selalu mendoakanku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat karunia dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan baik dan lancar dari awal hingga akhir.

Penulisan tesis ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen (S2) pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah “STUDI PERBEDAAN KARAKTERISTIK KONSUMEN PADA PELAYANAN E-BANKING PT. BANK RAKYAT INDONESIA, Tbk. YOGYAKARTA”.

Dalam penyusunan dan penulisan tesis ini tidak terlepas dari berbagai bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segenap karunia dan penyertaan-Nya hingga saatini.
2. Ibu Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbingdalam penyelesaian tesis ini yang telah memberikan bantuan, petunjuk danarahannya dalam penyusunan tesis ini.
3. Ibu Mahestu Noviandra Krisjanti, M.Sc. IB, Ph.D selaku Ketua Program StudiMagister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah banyakmemberikan pengarahan dan bimbingan selama penulis menempuh studi.

4. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D dan Ibu Dr. J. Ellyawati, M.M. selaku dosen penguji.
5. Seluruh dosen, staf dan student staf Program Studi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, terimakasih atas ilmu dan bimbingannya yang telah diberikan bagi penulis.
6. Segenap responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
7. Kedua orang tua penulis, Papi Sugiyanto dan Mami Ira Dewi Ratnawati yang telah membesarkan dan mendidik penulis. Terimakasih atas segala cinta, dukungandan doa yang senantiasa menguatkan penulis.
8. Ko Sonny dan Cik Rina yang tidak pernah lupa untuk selalu memotivasi penulis baik dalam penyusunan tesis maupun dalam kehidupan pribadi penulis, juga kepada Farel, Nonik, Gaby, Felis, dan Felix yang selalu dapat menghibur penulis.
9. Seluruh teman-teman KC BRI Yogyakarta Cik Ditiro dan MM UAJY angkatan September 2015 terimakasih atas cinta, dukungan dan kepedulian pada penulis, serta teman-teman semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan dukungan kepada penulis selama ini. Kiranya selalu mendapatkan limpahan berkat serta kasih karunia dari Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna dan segala kritik maupun saran yang ada dapat diterima dengan senang hati demi perbaikan penelitian serupa yang akan datang. Semoga tesis ini mampu memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi semua orang yang membacanya.

Yogyakarta, 24 Juli 2017

Lilian Dewiyan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.2 Niat Bertansaksi Menggunakan E-Banking	15
2.3 <i>Electronic Banking</i>	15
2.3.1 Syarat dan ketentuan e-banking	16

2.3.2 Registrasi e-banking BRI.....	17
2.3.3 Produk - produk E- Banking.....	18
2.3.4 Keuntungan e-banking.....	20
2.4 Kenyamanan	21
2.5 Kemampuan Mengakses	22
2.6 Ketersediaan Fitur	23
2.7 Manajemen dan Citra Bank	24
2.8 Keamanan	24
2.9 Privasi	25
2.10 Desain	26
2.11 Kontent.....	26
2.12 Kecepatan.....	27
2.13 Tarif dan Biaya	27
2.14 Penelitian Terdahulu	28
2.15 Pengembangan Hipotesis	30
2.15.1 Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain, Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Pengguna Electronic Banking.....	30
2.15.2 Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain, Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Pengguna Internet Banking.....	31
2.15.3 Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain, Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Intensitas Penggunaan Internet Banking.....	32
2.15.4 Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain, Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Pengguna Mobile Banking.....	33
2.15.5 Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain,	

Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Intensitas Penggunaan Mobile Banking	34
2.15.6 Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain, Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Gender.....	34
2.15.7 Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain, Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Usia	35
2.15.8 Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain, Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Status Pernikahan.....	36
2.15.9 Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain, Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Pendidikan Terakhir.....	37
2.15.10 ... Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain, Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Pekerjaan.....	37
2.15.11 ... Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain, Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Pendapatan	38
2.15.12 ... Perbedaan Kenyamanan, Kemampuan Mengakses, Ketersediaan Fitur, Manajemen dan Citra Bank, Keamanan, Privasi, Desain, Konten, Kecepatan, Tarif dan Biaya Ditinjau dari Karakteristik Lokasi Mengakses.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Lingkup Penelitian	40
3.2 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.2.1 Sampel dan Metode Sampling	40
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	41

3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.4	Pengujian Instrumen Penelitian	45
3.4.1	Uji Validitas.....	45
3.4.2	Uji Reliabilitas	45
3.5	Metode Analisis Data.....	46
3.5.1	One Way ANOVA.....	46
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Pengujian Instrumen	47
4.1.1	Uji Validitas	48
4.1.2	Uji Reliabilitas	51
4.2	Profil Responden.....	52
4.3	One Way ANOVA.....	58
4.4	Hasil Analisis	78
BAB V PENUTUP.....		81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Implikasi Manajerial	84
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		818

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1Transaksi menggunakan Internet Banking.....	54
Gambar 4.2Transaksi menggunakan Mobile Banking.....	55

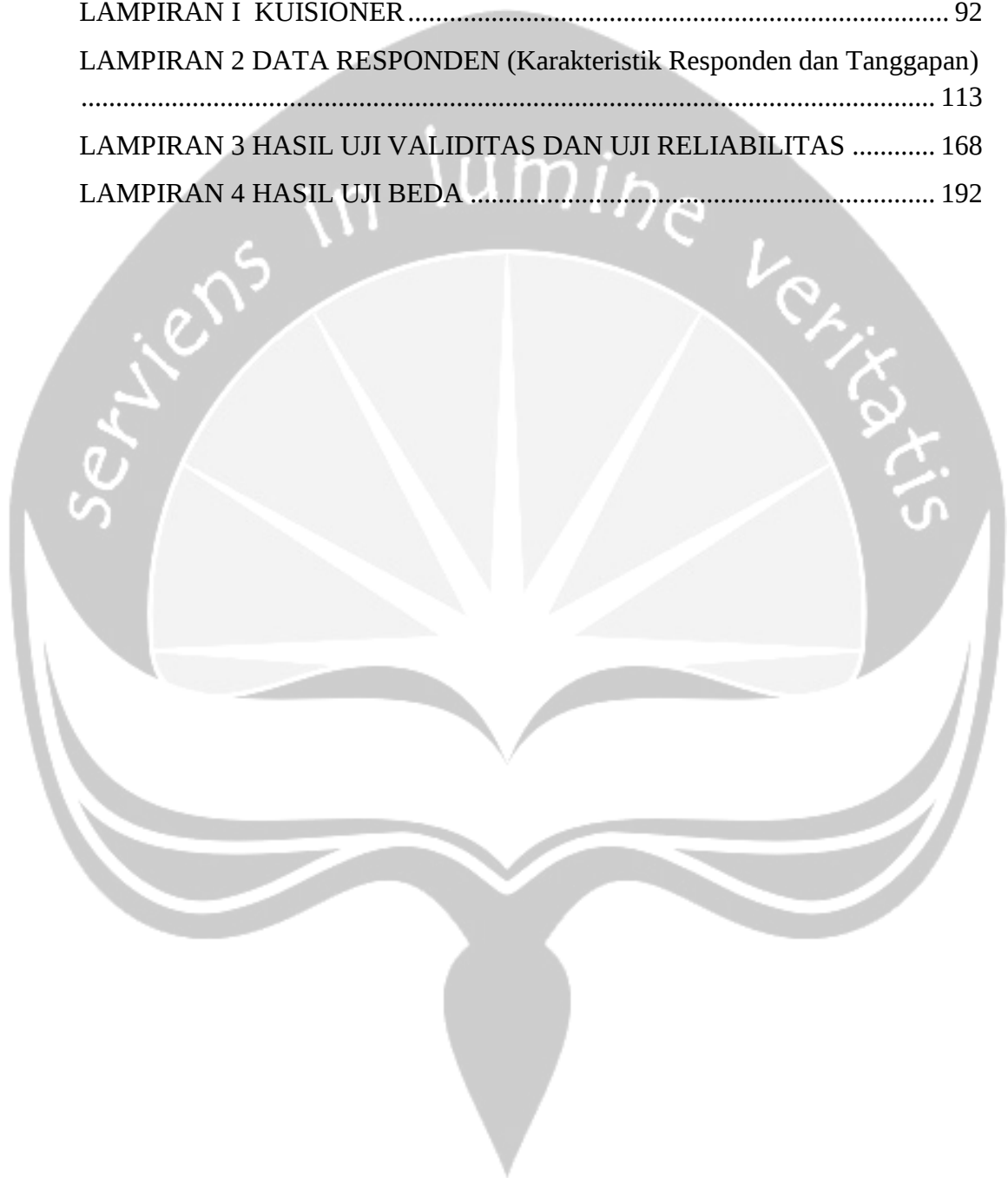


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1Jumlah ATM, Internet Banking, dan Mobile Banking.....	4
Tabel 2.1Penelitian Sebelumnya	28
Tabel 3.1Definisi Operasional dan Pengukuran Variabe	42
Tabel 4.1Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.2Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.3Klasifikasi Penggunaan E-Banking.....	52
Tabel 4.4Klasifikasi Penggunaan E-Banking	53
Tabel 4.5Klasifikasi Intensitas Penggunaan Internet Banking	53
Tabel 4.6Klasifikasi Gender	56
Tabel 4.7Klasifikasi Gender	56
Tabel 4.8Klasifikasi Gender	56
Tabel 4.9 Klasifikasi Pekerjaan Responden	57
Tabel 4.10 Klasifikasi Pendapatan	57
Tabel 4.11Klasifikasi Lokasi Mengakses e-banking.....	58
Tabel 4.12Uji Beda antara Pengguna I-Banking dan Pengguna M-Banking	59
Tabel 4.13Uji Beda antara Pengguna dan Bukan Pengguna I-Banking	61
Tabel 4.14Uji Beda Berdasarkan Intensitas Penggunaan Internet Banking	62
Tabel 4.15Uji Beda antara Pengguna dan Bukan Pengguna Mobile Banking	63
Tabel 4.16Uji Beda Berdasarkan Intensitas Penggunaan Mobile Banking	65
Tabel 4.17Uji Beda Berdasarkan Karakteristik Gender	66
Tabel 4.18Uji Beda Berdasarkan Karakteristik Usia.....	67
Tabel 4.19Uji Beda Berdasarkan Status Pernikahan	69
Tabel 4.20Uji Beda Berdasarkan Pendidikan	70
Tabel 4.21Uji Beda Berdasarkan Karakteristik Pekerjaan	72
Tabel 4.22Uji Beda Berdasarkan Karakteristik Pendapatan.....	74
Tabel 4.23Uji Beda Berdasarkan Lokasi Mengakses	76

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUISIONER.....	92
LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN (Karakteristik Responden dan Tanggapan)	113
LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS	168
LAMPIRAN 4 HASIL UJI BEDA	192



INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan karakteristik pengguna *e-banking* berdasarkan pada faktor kenyamanan, kemampuan mengakses, ketersediaan fitur, manajemen dan citra bank, keamanan, privasi, desain, konten, kecepatan, tarif dan biaya berdasarkan pengguna *electronic banking*, pengguna *internet banking*, intensitas penggunaan *internet banking*, pengguna *mobile banking*, intensitas penggunaan *mobile banking*, gender, usia, status pernikahan, pendidikan, pekerjaan, penghasilan dan lokasi mengakses.

Pada penelitian ini diperoleh responden sebanyak 314 responden dan seluruhnya memenuhi kriteria responden, sehingga dapat dikatakan seluruh responden menggunakan *e-banking* dan berdomisili di DIY Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan kesepuluh faktor penting dalam layanan *e-banking* dengan manajemen dan citra bank dan privasi yang merupakan tingkat kepuasan tertinggi yang dirasakan pengguna *e-banking* BRI. Sedangkan kenyamanan, kemampuan mengakses, ketersediaan fitur, keamanan, desain, konten, kecepatan, tarif dan biaya dirasakan masih memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda.

Kata kunci : *E-Banking, I-Banking, M-Banking, Perilaku Konsumen, Perbankan, Internet, E-Commerce*

ABSTRACT

This study aims at finding out the characteristic differences among ebanking user, based on some factors, namely ease, access abilities, available features, management and the bank image, security, privacy, design, contents, readiness, rates and fees of electronic banking user, internet banking user, intensity of internet banking application, mobile banking users, intensity of mobile banking application, gender, age, marital status, education background, occupation, income, and access location.

This research involved 314 respondents who fulfilled the criteria, meaning that all respondents applied ebanking and stayed in Special Province of Yogyakarta.

The findings showed that the ten significance factors in the ebanking by management and the bank image, as well as privacy indicated the highest level of satisfaction experienced by the ebanking BRI users. Additionally, access abilities, available features, security, design, contents, readiness, and rates and fees resulted in varied level of satisfaction

Keywords : *E-Banking, I-Banking, M-Banking, Consumer Behaviour, Banking, Internet, E-Commerce*