

TESIS

**PENGARUH *E-TRUST* TERHADAP PENERIMAAN  
MESIN CUSTOMER SERVICE DIGITAL:  
PENDEKATAN DENGAN *TECHNOLOGY  
ACCEPTANCE MODEL***



KLARA SANTI ADIRAHARJO

No. Mhs: 225027127

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

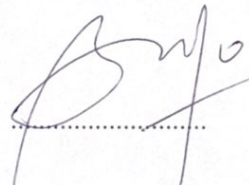
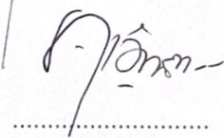

2023



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**


Nama : Klara Santi Adiraharjo  
Nomor Mahasiswa : 225027127  
Konsentrasi : E-Bisnis  
Judul Tesis : **PENGARUH E-TRUST TERHADAP PENERIMAAN  
MESIN CUSTOMER SERVICE DIGITAL: PENDEKATAN  
DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL**

<b>Nama Penguji</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Tanda Tangan</b>
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. .....	20/12/2023 .....	 .....
Dr. J. Ellyawati, MM .....	20 Des 2023 .....	 .....
Paulus Mudjihartono, ST., MT., Ph.D. .....	22/12/23 .....	 .....

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**

  
Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc.

**Dekan  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

  
Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.  
FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **PERNYATAAN ORIGINILITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

**PENGARUH *E-TRUST* TERHADAP PENERIMAAN MESIN CUSTOMER  
SERVICE DIGITAL: PENDEKATAN DENGAN *TECHNOLOGY*  
*ACCEPTANCE MODEL***

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung maupun tak 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, 12 Desember 2023

Yang menyatakan,



Klara Santi Adiraharjo

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus dan Bunda Maria, atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian dengan judul “Pengaruh *E-Trust* terhadap Penerimaan Mesin *Customer Service Digital*: Pendekatan dengan *Technology Acceptance Model*”, dilakukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Pasca Sarjana (S2) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saya mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah mendukung melalui doa, waktu, semangat, dan ide yang diberikan kepada saya. Maka pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria, yang selalu mendampingi, menyertai serta memberkati saya dalam keadaan apapun hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sangat baik.
2. Bapak Budi Suprpto Drs. MBA. Ph.D. sebagai dosen pembimbing tesis yang sudah menyediakan waktu, memberikan kesabaran, pikiran, dan masukan dalam penyusunan tesis ini.
3. Seluruh dosen, karyawan, dan staff FBE UAJY yang telah memberikan ilmu, waktu, tenaga, dan dukungan selama menempuh pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Seluruh responden yang telah bersedia memberikan waktunya untuk membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Orangtua dan kakak tercinta dan terkasih, Bapak Fransiskus Mujiraharjo, Ibu P. Dewi Worosanti, dan Ignatius Sadewo Adiraharjo terima kasih untuk setiap doa, cinta kasih, dukungan, bimbingan, dan nasihat yang diberikan kepada penulis setiap harinya.
6. Richardus Tweedianto Padmamurti sebagai partner yang selalu mendoakan, mendampingi, memberikan waktu, semangat, dan dukungan kepada penulis.
7. Sahabat ku sejak perkuliahan S1, Katarina Christine, Clara Frida, Helena Alfa, hingga akhir perkuliahan dan selamanya untuk semua doa, dukungan, motivasi, nasihat, dan pastinya cerita-cerita yang selalu berkesan selama menempuh pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta
8. Teman-teman ASYIK MASYUK, Dwi, Mas Ari, Pak Eko, Carol, Vendi yang selalu memberikan canda tawa, hiburan, semangat, dukungan juga kepada penulis selama perkuliahan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
9. Kakak-kakakku Kak Selda dan Kak Acay untuk semua doa, motivasi, nasehat, dan cinta selama ini.
10. Semua teman-teman seperjuangan MM Channel untuk semangat, ide, dukungan, dan bantuan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
11. Semua pihak yang berkaitan dengan penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya berharap dengan dilakukannya penelitian ini, selain sebagai pemenuhan syarat kelulusan namun dapat juga berguna bagi pihak Bank maupun Perusahaan lain yang akan menciptakan inovasi teknologi. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pertimbangan pengembangan kualitas sebuah mesin CS Digital dengan melihat faktor penerimaan pengguna terhadap mesin serta e-trust dari pengguna.

Demikian tesis ini dibuat dengan sebaik-baiknya. Apabila terdapat kekurangan, maka diharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun. Akhir kata, semoga tesis yang saya buat dapat bermanfaat bagi pembaca, pelaku bisnis, dan teman-teman mahasiswa. Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua pihak yang telah membantu dan menemani penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Yogyakarta, 12 Desember 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Klara Santi Adiraharjo', written in a cursive style.

Klara Santi Adiraharjo

**MOTTO**

**“TRUST THE PROCESS AND CHOOSE THE KINDNESS”**

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-Trust* terhadap Penerimaan Mesin *Customer Service Digital* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan sampel valid berjumlah 306 responden. Responden tersebut dipilih berdasarkan kriteria tertentu yaitu nasabah yang pernah bertransaksi pada CS Digital perbankan minimal satu kali dalam dalam 3 bulan terakhir. Partial Least Square (SmartPLS 3.3.4) dipilih sebagai metode analisis untuk mengevaluasi hasil penelitian. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa *perceived ease of use* terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness* namun memiliki pengaruh pada *attitude* dan *intention to use*, sedangkan *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *attitude*, namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada *intention to use*. Selanjutnya, *attitude* terbukti memiliki pengaruh langsung terhadap *intention to use*. Lalu, *e-trust* memiliki pengaruh pada *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude*, dan *intention to use*. Terakhir, *intention to use* berhasil memberikan pengaruh pada *actual system use*.

**Kata Kunci:** *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Attitude, Intention To Use, Actual System Use, E-Trust*



## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the influence of E-Trust on Digital Customer Service Machine Acceptance with the Technology Acceptability Model (TAM) Approach. The study used purposive sampling with a valid sample of 306 respondents. The respondents were selected on the basis of a specific criterion, namely a customer who has transacted with CS Digital banking at least once in the last 3 months. Partial Least Square (SmartPLS 3.3.4) was chosen as an analysis method to evaluate the results of the study. The results of the first hypothesis test show that perceived ease of use is proven to have no significant influence on perceived usefulness but has an influence on attitude and intention to use. While perceived usefulness influences attitude, it does not have a significant influence on intention to use. Furthermore, attitude is proven to have a direct influence on intention to use. Then, e-trust has an influence on perceived usefulness, perceived ease of use, attitude, and intention to use. Finally, intention to use succeeded in having an influence on actual system use.

**Keywords:** *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Attitude, Intention To Use, Actual System Use, E-Trust*

## DAFTAR ISI

TESIS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	i
PERNYATAAN ORIGINILITAS.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
MOTTO .....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.5. Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
2.1. Perceived Usefulness.....	11
2.2. Perceived Ease of Use.....	12
2.3. E-Trust.....	13
2.4. Attitude.....	14
2.5. Intention to Use.....	15
2.6. Actual System Use .....	16
2.7. Penelitian Terdahulu .....	17
2.8. Pengembangan Hipotesis .....	21
2.9. Model Penelitian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	29
3.1. Lingkup Penelitian.....	29
3.2. Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data.....	29

3.3.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
3.4.	Metode Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN .....		41
4.1.	Deskripsi Subjek Penelitian .....	41
4.2.	Analisis Statistik Deskriptif Responden .....	41
4.3.	Hasil Analisis Structural Modelling – Partial Least Square (SEM-PLS).....	49
4.4.	Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP .....		84
5.1.	Kesimpulan.....	84
5.2.	Implikasi Manajerial.....	87
5.3.	Keterbatasan Penelitian & Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA .....		94

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
Tabel 3. Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi SEM-PLS .....	40
Tabel 4. Statistika Deskriptif.....	41
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan per Bulan .....	45
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	46
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Transaksi pada Mesin Customer Service Digital dalam 3 Bulan Terakhir .....	47
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi pada Mesin Customer Service Digital .....	48
Tabel 12. Karakteristik Responden Transaksi yang Dilakukan pada Mesin Customer Service Digital .....	49
Tabel 13. Indikator Variabel.....	50
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Konvergen dengan Faktor Loading .....	53
Tabel 15. Hasil Uji Validitas Konvergen dengan Average Extracted Variance (AVE).....	55
Tabel 16. Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Cross Loading .....	56
Tabel 17. Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Fornell Larcker.....	57
Tabel 18. Hasil Uji Validitas dengan Heterotrait – Monotrait Ratio (HTMT).....	58
Tabel 19. Hasil Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 20. Hasil R Square Model .....	60
Tabel 21. Hasil Path Coefficient .....	62
Tabel 22. Hasil Prediciton Relevance .....	64
Tabel 23. Hasil Uji Hipotesis .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 2. Jenis Transaksi Mencurigakan Terbanyak (2022) .....	3
Gambar 3. Mesin Customer Service Digital .....	5
Gambar 4. Model Penelitian .....	28
Gambar 5. Path Diagram Analisis SEM PLS.....	52