

**PENGARUH *ATTITUDE, SOCIAL INFLUENCE, RELIGIOUS OBLIGATION, PERCEIVED EASE OF USE DIGITAL BANKING* DAN *PERCEIVED USEFULNESS DIGITAL BANKING* TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH DI KOTA BEKASI**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**NADILLA SYARIFAH**

**201610325267**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2020**

## HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL : Pengaruh *Attitude, Social Influence, Religious Obligation, Perceived Ease Of Use Digital Banking* dan *Perceived Usefulness Digital Banking* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Bekasi

PENYUSUN : NADILLA SYARIFAH

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325267

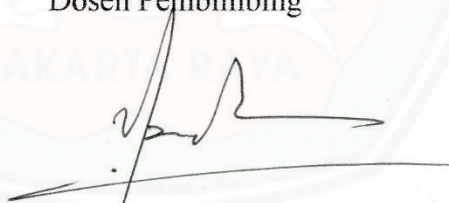
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2020

Jakarta, 05 Agustus 2020

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing



Muhammad Richo Rianto, S.E.,M.M.

NIDN : 0314118601

## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL : Pengaruh *Attitude, Social Influence, Religious Obligation, Perceived Ease Of Use Digital Banking* dan *Perceived Usefulness Digital Banking* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Bekasi

PENYUSUN : NADILLA SYARIFAH

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325267

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2020

Jakarta, 05 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom.,MBA.  
NIDN : 0325027901

Penguji I : Milda Handayani, S.E.,M.M.  
NIDN : 0330087504

Penguji II : Muhammad Richo Rianto, S.E.,M.M.  
NIDN : 0314118601



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E.,M.M.  
NIDN : 0325057908

Dekan  
Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S.Ak.,CA.,CSRA.,CACP.  
NIDN : 0318107101

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul "Pengaruh *Attitude, Social Influence, Religious Obligation, Perceived Ease Of Use Digital Banking* dan *Perceived Usefulness Digital Banking* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Bekasi" yang merupakan syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi. Selama penulisan dan penyelesaian laporan akhir, penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Irjen (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodihardjo, S.E., M.S.Ak., CA., CSRS., CSRA., CMA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing saya dalam penulisan skripsi ini dengan baik.
5. Hadita, S.Pd., M.M. selaku dosen pengampu akademik yang banyak mendukung selama masa perkuliahan dalam mencapai tujuan.
6. Orang tua saya, Alm. H. Suherman, Almh. Elis Sofiah dan Bunda Dini yang telah memberi dukungan dan do'a kepada penulis.
7. Sahabat dan kerabat yang telah memberikan dukungan dalam proses pembuatan skripsi.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Jakarta, 29 Juni 2020

Nadilla Syariah

## ABSTRAK

**Nadilla Syarifah. 201610325267.** Pengaruh *Attitude, Social Influence, Religious Obligation, Perceived Ease Of Use Digital Banking* dan *Perceived Usefulness Digital Banking* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *attitude, social influence, religious obligation, perceived ease of use digital banking* dan *perceived usefulness digital banking* terhadap minat menabung pada bank syariah di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. *Social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. *Religious obligation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. *Perceived ease of use digital banking* berpengaruh positif dan tidak berpengaruh secara nyata. *Perceived usefulness digital banking* berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh secara nyata.

**Kata Kunci** : *Attitude, Social Influence, Religious Obligation, Perceived Ease Of Use Digital Banking, Perceived Usefulness Digital Banking, Minat Menabung*



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Attitude, Social Influence, Religious Obligation, Perceived Ease Of Use Digital Banking* dan *Perceived Usefulness Digital Banking* Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Bekasi” adalah benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 21 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



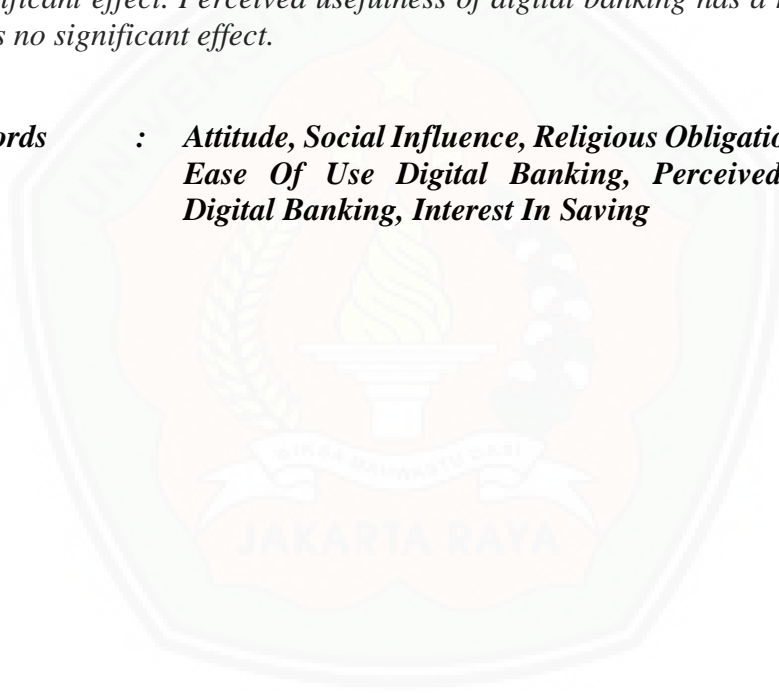
NADILLA SYARIFAH

201610325267

## **ABSTRACT**

*Nadilla Syarifah. 201610325267. The Effect of Attitude, Social Influence, Religious Obligation, Perceived Ease of Use Digital Banking and Perceived Usefulness Digital Banking Against Interest in Savings in Islamic Banks in Bekasi City. This study aims to determine whether there is an influence of attitude, social influence, religious obligation, perceived ease of use digital banking and perceived usefulness of digital banking on the interest of saving at Islamic banks in Bekasi. This research uses quantitative descriptive methods. The sampling technique in this study used purposive sampling. This study uses an analysis tool that is SmartPLS 3.0. The results of this study indicate that attitude has a positive and significant effect on saving interest. Social influence has a positive and significant influence on saving interest. Religious obligation has a positive and significant impact on saving interest. Perceived ease of use digital banking has a positive effect and has no significant effect. Perceived usefulness of digital banking has a negative effect and has no significant effect.*

**Keywords** : ***Attitude, Social Influence, Religious Obligation, Perceived Ease Of Use Digital Banking, Perceived Usefulness Digital Banking, Interest In Saving***



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Batasan Masalah.....	7
1.5. Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1. Kegunaan Teoritis.....	7
1.5.2. Kegunaan Praktis .....	8
1.6. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1. Bank Syariah .....	10
2.1.1. Pengertian Bank Syariah.....	10



2.1.2. Dasar Hukum Bank Syariah .....	10
2.1.3. Prinsip – Prinsip Dasar Perbankan Syariah .....	12
2.1.4. Fungsi Bank Syariah .....	14
2.1.5. Sistem Pengelolaan Bank Syariah .....	14
2.2. <i>Attitude</i> .....	15
2.2.1. Pengertian <i>Attitude</i> .....	15
2.2.2. Faktor Pembentuk Sikap .....	16
2.2.3. Komponen Sikap .....	18
2.2.4. Proses Pembentukan Dan Perubahan Sikap .....	18
2.3. <i>Social Influence</i> .....	19
2.3.1. Pengertian <i>Social Influence</i> .....	19
2.3.2. Tingkat Pengaruh Sosial .....	19
2.3.3. Menerima Pengaruh Orang Lain .....	20
2.4. <i>Religious Obligation</i> .....	21
2.4.1. Pengertian Agama .....	21
2.5. <i>Digital Banking</i> .....	23
2.5.1. <i>Perceived Ease Of Use Digital Banking</i> .....	24
2.5.2. <i>Perceived Usefulness Digital Banking</i> .....	25
2.6. Minat Menabung .....	27
2.7. Penelitian Terdahulu .....	28
2.8. Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu .....	30
2.9. Kerangka Penelitian .....	31
2.10. Hipotesis .....	31
2.10.1. Pengaruh <i>attitude</i> terhadap minat menabung .....	31
2.10.2. Pengaruh <i>social influence</i> terhadap minat menabung .....	32
2.10.3. Pengaruh <i>religious obligation</i> terhadap minat menabung .....	32

2.10.4. Pengaruh <i>perceived ease of use digital banking</i> terhadap minat menabung .....	32
2.10.5. Pengaruh <i>perceived usefulness digital banking</i> terhadap minat menabung .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Desain Penelitian.....	34
3.2. Tahapan Penelitian .....	34
3.2.1. Tahap Pelaksanaan.....	34
3.2.2. Tahap Penulisan.....	35
3.3. Model Konseptual Penelitian .....	35
3.4. Variabel Penelitian .....	36
3.5. Definisi dan Operasional Variabel .....	36
3.6. Pengukuran Variabel Penelitian .....	39
3.6.1. <i>Attitude</i> .....	39
3.6.2. <i>Social Influence</i> .....	40
3.6.3. <i>Religious Obligation</i> .....	40
3.6.4. <i>Perceived Ease Of Use Digital Banking</i> .....	41
3.6.5. <i>Perceived Usefulness Digital Banking</i> .....	42
3.6.6. Minat Menabung.....	42
3.7. Tempat dan Waktu Penelitian .....	43
3.8. Metode Pengambilan Sampel.....	43
3.8.1. Populasi.....	43
3.8.2. Sampel .....	44
3.9. Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.10. Metode Analisis Data.....	45
3.10.1. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	46

3.10.1.1. <i>Convergent Validity</i> (Validitas Konvergen) .....	46
3.10.1.2. <i>Discriminant Validity</i> (Validitas Diskriminan).....	46
3.10.1.3. <i>Composite Reliability</i> (Komposit Reliabilitas).....	47
3.10.2. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	47
3.10.2.1. Uji <i>R-Square</i> .....	47
3.10.2.2. Uji <i>Q-Square</i> .....	47
3.10.2.3. Uji <i>F-Square</i> .....	48
3.10.2.4. Uji Hipotesis .....	48
3.11. Jenis dan Sumber Data.....	49
3.11.1. Jenis Data.....	49
3.11.2. Sumber Data .....	49
3.12. Teknik Pengumpulan Data.....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1. Gambaran Umum Kota Bekasi .....	51
4.1.1. Kondisi Geografis Wilayah Kota Bekasi.....	51
4.2. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
4.2.1. Bank Syariah Mandiri.....	53
4.2.1.1. Visi Misi Bank Syariah Mandiri.....	53
4.2.1.2. Logo Bank Syariah Mandiri .....	54
4.2.2. BNI Syariah .....	55
4.2.2.1. Visi Misi BNI Syariah .....	56
4.2.2.2. Logo BNI Syariah.....	56
4.2.3. BRI Syariah.....	57
4.2.3.1. Visi Misi Bank BRISyariah .....	58
4.2.3.2. Logo BRISyariah .....	58
4.3. Deskripsi Karakteristik Data .....	59

4.3.1. Penyebaran Kuesioner .....	59
4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	61
4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	62
4.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	63
4.4. Hasil Analisis Data.....	64
4.4.1. Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	64
4.4.1.1. <i>Convergent Validity</i> (Validasi Konvergen) .....	65
1. <i>Attitude</i> .....	66
2. <i>Social Influence</i> .....	66
3. <i>Religious Obligation</i> .....	67
4. <i>Perceived Ease Of Use Digital Banking</i> .....	67
5. <i>Perceived Usefulness Digital Banking</i> .....	68
6. Minat Menabung .....	69
4.4.1.2. <i>Discriminant Validity</i> (Diskriminan Validasi).....	69
1. <i>Attitude</i> .....	69
2. <i>Social Influence</i> .....	70
3. <i>Religious Obligation</i> .....	71
4. <i>Perceived Ease Of Use Digital Banking</i> .....	72
5. <i>Perceived Usefulness Digital Banking</i> .....	73
6. Minat Menabung .....	74
4.4.1.3. <i>Composite Reliability</i> (Reliabilitas Komposit).....	75
4.4.2. Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	77
4.4.2.1. Uji <i>R-Square</i> .....	78
4.4.2.2. Uji <i>Predictive Relevance Q-Square</i> .....	78
4.4.2.3. Uji <i>F-Square</i> .....	79

1. <i>Attitude</i> .....	79
2. <i>Social Influence</i> .....	79
3. <i>Religious Obligation</i> .....	79
4. <i>Perceived Ease Of Use Digital Banking</i> .....	80
5. <i>Perceived Usefulness Digital Banking</i> .....	80
4.4.2.4. Uji Hipotesis .....	81
4.5. Analisis Hasil Uji Hipotesis .....	83
4.5.1. Pengaruh <i>Attitude</i> (X1) Terhadap Minat Menabung (Y) Pada Bank Syariah Di Kota Bekasi.....	84
4.5.2. Pengaruh <i>Social Influence</i> (X2) Terhadap Minat Menabung (Y) pada Bank Syariah di Kota Bekasi .....	84
4.5.3. Pengaruh <i>Religious Obligation</i> (X3) Terhadap Minat Menabung (Y) pada Bank Syariah di Kota Bekasi.....	85
4.5.4. Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use Digital Banking</i> (X4) Terhadap Minat Menabung (Y) Pada Bank Syariah Di Kota Bekasi .....	85
4.5.5. Pengaruh <i>Perceived Usefulness Digital Banking</i> (X5) Terhadap Minat Menabung (Y) Pada Bank Syariah di Kota Bekasi.....	86
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>88</b>
5.1. Kesimpulan.....	88
5.2. Implikasi Manajerial .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 2.2 Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Definisi dan Operasional Variabel .....	36
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel <i>Attitude</i> .....	39
Tabel 3.3 Pengukuran Variabel <i>Social Influence</i> .....	40
Tabel 3.4 Pengukuran Variabel <i>Religious Obligation</i> .....	40
Tabel 3.5 Pengukuran Variabel <i>Perceived Ease Of Use Digital Banking</i> .....	41
Tabel 3.6 Pengukuran Variabel <i>Perceived Usefulness Digital Banking</i> .....	42
Tabel 3.7 Pengukuran Variabel Minat Menabung .....	42
Tabel 3.8 Daftar Bank Syariah di Kota Bekasi .....	43
Tabel 3.9 Sampel Bank Syariah di Kota Bekasi .....	44
Tabel 3.10 Skala Penilaian Likert .....	50
Tabel 4.1 Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....	59
Tabel 4.2 Jumlah Responden Bank Syariah .....	60
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden .....	60
Tabel 4.4 Jenjang Pendidikan Responden .....	61
Tabel 4.5 Jenis Pekerjaan Responden .....	62
Tabel 4.6 Usia Responden .....	63
Tabel 4.7 <i>Outer Loading Attitude</i> .....	66
Tabel 4.8 <i>Outer Loading Social Influence</i> .....	66
Tabel 4.9 <i>Outer Loading Religious Obligation</i> .....	67
Tabel 4.10 <i>Outer Loading Perceived Ease Of Use Digital Banking</i> .....	68
Tabel 4.11 <i>Outer Loading Perceived Usefulness Digital Banking</i> .....	68
Tabel 4.12 <i>Outer Loading</i> Minat Menabung .....	69



Tabel 4.13 <i>Cross Loading Attitude</i> .....	70
Tabel 4.14 <i>Cross Loading Social Influence</i> .....	70
Tabel 4.15 <i>Cross Loading Relligious Obligation</i> .....	71
Tabel 4.16 <i>Cross Loading P erceived Ease Of Use Digital Banking</i> .....	72
Tabel 4.17 <i>Cross Loading Perceived Usefulness Digital Banking</i> .....	73
Tabel 4.18 <i>Cross Loading Minat Menabung</i> .....	74
Tabel 4.19 <i>Average Variant Extracted (AVE)</i> .....	75
Tabel 4.20 <i>Composite Reliability</i> .....	75
Tabel 4.21 <i>Cronbach Alpha</i> .....	76
Tabel 4.22 <i>R-Square</i> .....	78
Tabel 4.23 <i>Nilai F-Square Attitude</i> .....	79
Tabel 4.24 <i>Nilai F-Square Social Influence</i> .....	79
Tabel 4.25 <i>Nilai F-Square Religious Obligation</i> .....	80
Tabel 4.26 <i>Nilai F-Square Perceived Ease Of Use Digital Banking</i> .....	80
Tabel 4.27 <i>Nilai F-Square Perceived Usefulness Digital Banking</i> .....	80
Tabel 4.28 <i>Hasil Uji Hipotesis</i> .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1 Pertumbuhan Jumlah Nasabah Bank Syariah .....	3
Grafik 1.2 Pengguna Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	31
Gambar 3.1 Konseptual Penelitian .....	35
Gambar 4.1 Peta Kota Bekasi .....	52
Gambar 4.2 Logo Bank Syariah Mandiri .....	54
Gambar 4.3 Logo BNI Syariah .....	56
Gambar 4.4 Logo BRISyariah .....	58
Gambar 4.5 Diagram Jenis Kelamin .....	61
Gambar 4.6 Diagram Jenjang Pendidikan .....	62
Gambar 4.7 Jenis Pekerjaan Responden .....	63
Gambar 4.8 Diagram Usia Responden .....	64
Gambar 4.9 <i>Outer Model</i> .....	65
Gambar 4.10 <i>Inner Model</i> .....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Refrensi Skripsi.....	
Lampiran 2 Uji Plagiarisme.....	
Lampiran 3 Daftar Pernyataan (Kuesioner).....	
Lampiran 4 Karakteristik Responden.....	
Lampiran 5 Data Tabulasi Penelitian.....	
Lampiran 6 Output SmartPLS 3.0.....	
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	

