

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR
KOMUNIKASI POSITIF DARI MULUT KE
MULUT TERHADAP ADOPSI LAYANAN
PERBANKAN SELULAR DI INDONESIA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Univeritas Diponegoro

Disusun oleh:

NADYA RESTU TRIANI
NIM 12010114120006

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Nadya Restu Triani
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114120006
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR
KOMUNIKASI POSITIF DARI MULUT KE
MULUT TERHADAP ADOPSI LAYANAN
PERBANKAN SELULAR DI INDONESIA**
Dosen Pembimbing : I Made Bayu Dirgantara, SE., MM.

Semarang, 30 Juli 2018

Dosen Pembimbing



(I Made Bayu Dirgantara, SE., MM.)

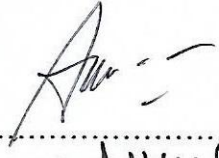
NIP 196908152001121002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Nadya Restu Triani
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114120006
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR
KOMUNIKASI POSITIF DARI MULUT KE
MULUT TERHADAP ADOPSI LAYANAN
PERBANKAN SELULAR DI INDONESIA**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 18 Agustus 2018

Tim penguji :

1. I Made Bayu Dirgantara, SE., MM. ()

2. Drs. H. Mudiantono, M.Sc. ()

3. Drs. Suryono Budi Santosa, M.M. ()

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda dibawah ini saya, Nadya Restu Triani menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KOMUNIKASI POSITIF DARI MULUT KE MULUT TERHADAP LAYANAN PERBANKAN SELULAR DI INDONESIA** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 30 Juli 2018



Nadya Restu Triani

NIM 12010114120006

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Always be best version of yourself.”

“Do Everything with Your Heart.”

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

“ Bekerjalah kamu, maka Allah dan rasul Nya serta orang orang mukmin akan melihat pekerjaan mu itu dan kamu akan dikembalikan kepada Allah lalu diberitakan kepada Nya apa yang telah kamu kerjakan”

(QS. Al Insyirah: 5 dan QS At Tubah: 105)

“God has perfect timing. Never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it’s worth the wait”

Skripsi ini dipersembahkan untuk papa, mama,
adik-adik, dan keluarga.
Atas doa, dukungan dan kasih sayang
yang tak terhingga.

ABSTRAK

Layanan perbankan selular merupakan sebuah layanan yang disediakan bank untuk pelanggan dengan menggunakan teknologi elektronik yang dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. Perbankan elektronik bertujuan memberikan pelanggan keuntungan dalam hal kemudahan dan biaya transaksi. Namun, di Indonesia, angka pengguna layanan perbankan selular masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor komunikasi positif dari mulut ke mulut terhadap adopsi layanan perbankan selular di Indonesia.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan kebutuhan sosial yang diharapkan, niat sosial, kepuasan kebutuhan diri yang diharapkan, komunikasi positif dari mulut ke mulut sebagai variabel mediasi, dan adopsi layanan perbankan selular sebagai variabel dependen. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Persamaan Struktural dengan menggunakan AMOS 22. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampel*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan kebutuhan sosial yang diharapkan, niat sosial, kepuasan kebutuhan diri yang diharapkan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap komunikasi positif dan signifikan terhadap komunikasi positif dari mulut ke mulut (sebagai variabel mediasi) dan komunikasi positif dari mulut ke mulut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi layanan perbankan selular.

ABSTRACT

Mobile banking is a service that provided by the bank to their customer by using technology that can be used anywhere and anytime. Mobile banking serves to give customers benefits in terms of flexibility and transaction costs. However, in Indonesia, the number of mobile service users is still relatively low. This study aims to analyze positive word of mouth factors on the adoption of mobile banking services in Indonesia.

The variable used in this research is expected satisfaction of social-needs, social intention, expected satisfaction of self-needs, positive word of mouth as intervening variable, and the adoption of banking services as a dependent variable. The analysis technique in this research is Structural Equation Model by using AMOS 22 and the sample used in this research is purposive sample.

The results of this research shows that expected satisfaction of social-needs, social intentions, and expected satisfaction of self-needs have positive and significant effect on positive word of mouth (as an intervening variable) and positive word of mouth has a positive and significant effect on the adoption of mobile banking services.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat, rahmat, dan hidayahNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Komunikasi Positif dari Mulut Ke Mulut terhadap Adopsi Layanan Perbankan Selular di Indonesia. Doa dan dukungan baik secara fisik maupun mental dari seluruh pihak sangat berharga dalam proses ini. Oleh karena itu, izinkan penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Papa, Mama, Mayang, Dek Joy, dan seluruh keluarga besar.
2. Bapak I Made Bayu Dirgantara, S.E., MM. selaku dosen pembimbing.
3. Bapak Harjum Muharam, S.E., M.E. selaku Kepala Departemen Manajemen.
4. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
5. Seluruh dosen dan karyawan FEB Undip.
6. Teman seperjuangan, Arin.
7. Teman-teman perskripsian yang telah berkenan diajak diskusi, direpotkan, dan dikeluh-kesahkan Dewa, Dini, Emil, Om Dunduy, dan Ulan.
8. Teman-teman The Dugong Family dan Consonant yang memberi tawa.
9. Teman-teman, kakak-kakak, dan adik-adik Senat Mahasiswa (SEMA) FEB 2015, Kelompok Studi Mahasiswa (KMW) 2016, Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) FEB Harmonis 2016, dan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) FEB Progresif 2017.
10. Teman-teman KKN Subah, khususnya Clapar Tim 2 tahun 2017.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan pembelajaran untuk penelitian mendatang dan dapat memberi manfaat bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu pula, segala kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini akan sangat bermanfaat bagi penulis dan peneliti selanjutnya.

Semarang, 30 Juli 2018



Nadya Restu Triani

NIM 12010114120006

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	11
TELAAH PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Layanan Perbankan Selular	11
2.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Layanan Perbankan Selular	12
2.1.3. Komunikasi Positif dari Mulut ke Mulut.....	14
2.1.3.1. Kepuasan Kebutuhan Sosial yang Diharapkan.....	15
2.1.3.2. Niat Sosial	16
2.1.3.3. Kepuasan Kebutuhan Diri yang Diharapkan.....	16
2.2 Hubungan Antar Variabel Dependen dan Independen.....	17
2.2.1 Pengaruh Kepuasan Kebutuhan Sosial yang Diharapkan terhadap Komunikasi Positif dari Mulut ke Mulut	17

2.2.2 Pengaruh Niat Sosial terhadap Komunikasi Positif dari Mulut ke Mulut	18
2.2.3 Pengaruh Kepuasan Kebutuhan Diri yang Diharapkan terhadap Komunikasi Positif dari Mulut ke Mulut	19
2.2.4 Pengaruh Komunikasi Positif dari Mulut ke Mulut terhadap Adopsi Layanan Perbankan Selular	20
2.2. Model Penelitian	22
2.3. Hipotesis Penelitian	22
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	24
3.1.1. Variabel Penelitian	24
3.1.2. Definisi Operasional	25
3.2. Populasi dan Sampel	29
3.2.1. Populasi	29
3.2.2. Sampel	29
3.2.3. Penentuan Jumlah Sampel	30
3.3. Jenis dan Sumber Data	30
3.4. Metode Pengumpulan Data	31
3.5. Metode Analisis	32
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Objek dan Responden	42
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.2 Gambaran Umum Responden	43
4.1.3 Profil Responden	43
4.2 Interpretasi Hasil	45
4.2.1 Uji Asumsi Model Persamaan Struktural	45
4.2.1.1 Uji Normalitas Data	46
4.2.1.2 Uji <i>Outliers</i>	47
4.2.1.3 Uji Multikolinearitas	50
4.2.1.4 Uji Nilai Residual	50
4.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen dan Endogen	52
4.2.2.1 Konstruksi Variabel Eksogen	53

4.2.2.1	Konstruk Variabel Endogen.....	56
4.2.3	Analisis Full Model Persamaan Struktural	59
4.2.4	Uji Validitas Konvergen	62
4.2.5	Pengujian Hipotesis	64
BAB V.....		67
PENUTUP.....		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Implikasi Hasil Penelitian	68
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya	68
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN I		78
	Kuesioner Penelitian.....	78
LAMPIRAN II		86
	Tabulasi Data.....	86
LAMPIRAN III.....		91
	Hasil Olah Data	91
	Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen.....	92
	Analisis Faktor Konfirmatori Endogen	95
	Analisis Full Model Persamaan Struktural.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	26
Tabel 4.1	44
Tabel 4.2	46
Tabel 4.3	47
Tabel 4.4	51
Tabel 4.5	54
Tabel 4.6	54
Tabel 4.7	57
Tabel 4.8	57
Tabel 4.9	59
Tabel 4.10	60
Tabel 4.11	63
Tabel 4.12	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	2
Gambar 2.1.....	22
Gambar 4.1.....	53
Gambar 4.2.....	56
Gambar 4.3.....	59

BAB I

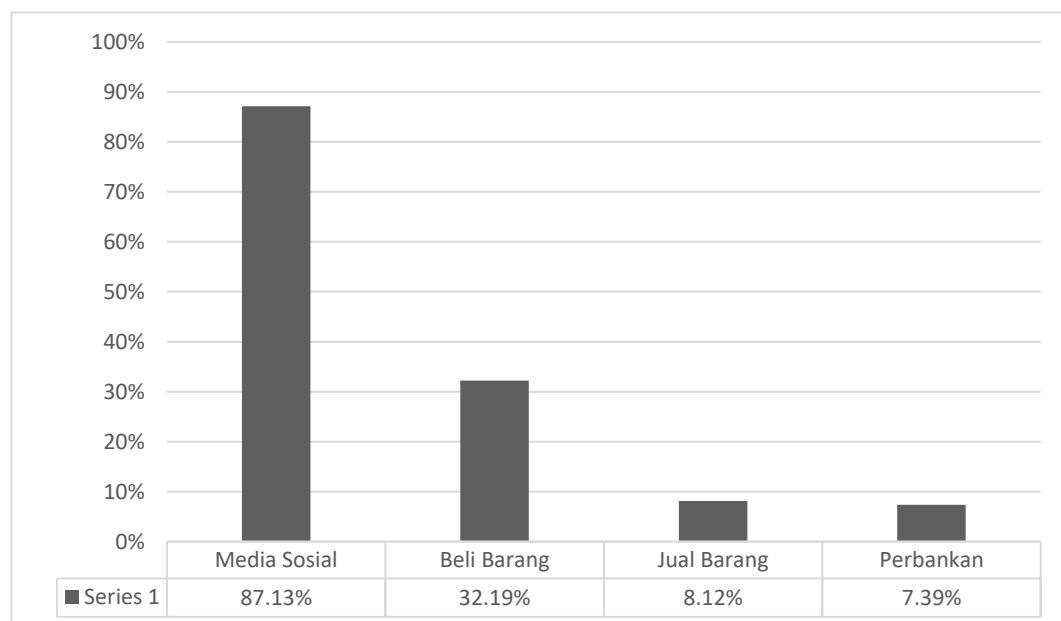
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, teknologi berkembang begitu pesat. Tanpa disadari, teknologi telah mendominasi sebagian besar aktivitas manusia. Penggunaan komputer, laptop, telepon genggam, dan internet menjadi kebutuhan sehari-hari hampir setiap orang. Hal tersebut juga berlaku di negara berkembang seperti Indonesia. Survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2018 menyatakan bahwa pada tahun 2017 sebesar 25,72 persen penduduk Indonesia memiliki komputer atau laptop dan 50,08 persen memiliki telepon genggam. Dalam survei tersebut dikatakan pula bahwa pertumbuhan pengguna internet meningkat dengan cepat. Pada tahun 2017, tercatat 143,26 juta dari 262 juta orang atau sekitar 54,68 persen penduduk Indonesia sudah menggunakan jaringan internet. Ternyata, sebesar 44,16 persen pengguna internet mengakses internet melalui telepon genggam/tablet pribadi mereka.

Perkembangan teknologi ini juga membawa dampak pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju pula. Sektor-sektor yang mengalami perubahan akibat teknologi informasi dan komunikasi tersebut diantaranya sektor pendidikan, pertahanan, sosial, budaya, dan perekonomian. Dunia bisnis juga tidak lepas dari pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut. Hal itu dapat dilihat dari berkembang bisnis elektronik dengan sangat pesat. Tidak terkecuali di sektor perbankan yang mulai merasakan dampak

dari bisnis elektronik tersebut. Masyarakat mulai menggunakan internet dan gadget pribadi mereka untuk keperluan di bidang ekonomi, salah satunya adalah untuk mengakses layanan perbankan. Namun pemanfaatan internet untuk mengakses layanan perbankan tersebut masih sangat rendah, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1

Layanan yang Diakses Pengguna Internet tahun 2018

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2018 dan diolah penulis

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2018, sebesar 87,13 persen pengguna internet menggunakan gadget mereka untuk mengakses internet. Penggunaan media sosial ini mendominasi pemanfaatan internet yang dilakukan para pengguna internet. Sebesar 32,19 persen pengguna internet memanfaatkan jaringan internet mereka untuk membeli barang dan 8,12 persen untuk menjual barang secara daring. Sedangkan pemanfaatan internet untuk mengakses perbankan menjadi yang paling rendah, yaitu hanya sebesar 7,39 persen.

Hal ini menunjukkan bahwa ternyata kesadaran masyarakat akan manfaat internet di bidang perbankan masih rendah.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan efek yang besar pada bidang perbankan. Hal itu ditunjukkan dari berbagai cara yang dilakukan bank dalam memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Semua bank berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan dalam merebut jumlah nasabah. Berbagai inovasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dilakukan untuk terus meningkatkan layanan agar bank memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. Salah satunya melalui layanan perbankan elektronik atau perbankan internet.

Perbankan elektronik merupakan sebuah layanan yang digunakan bank untuk pelanggan dengan menggunakan teknologi elektronik yang dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. Perbankan elektronik bertujuan memberikan pelanggan keuntungan dalam hal kemudahan dan biaya transaksi. Pelanggan yang menggunakan perbankan elektronik dapat dengan mudah mengakses layanan melalui sistem komunikasi nirkabel yang berkembang lebih cepat daripada jaringan komunikasi tradisional (Sahoo dan Swain, 2012).

Maharsi dan Fenny (2006) mengatakan bahwa perbankan elektronik selain memberikan keuntungan bagi nasabah juga memberikan keuntungan bagi bank. Perbankan elektronik memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi untuk para nasabah. Perbankan elektronik menjadi solusi bagi bank dalam pengembangan infrastruktur sehingga bank dapat menggunakan biaya dengan efisien. Bank tidak perlu membuka *outlet* ATM atau kantor cabang untuk dapat

melayani nasabah mereka. Sekedar menggunakan jaringan internet dan gadget, nasabah bisa mendapatkan pelayanan dari bank sesuai kebutuhan mereka. Hal ini juga membantu perusahaan dalam memperluas pasar secara geografis. Dalam memudahkan nasabah mengakses layanan perbankan secara daring, bank menyediakan inovasi berupa layanan perbankan elektronik melalui telepon genggam atau yang biasa disebut dengan layanan perbankan selular.

Keuntungan layanan perbankan selular tidak hanya menguntungkan bagi pengguna dan bank saja, kemajuan salah satu jenis keuangan digital ini juga dapat membantu menaikkan pendapatan nasional melalui Produk Domestik Bruto. Diprediksikan bahwa keuangan digital dapat menaikkan PDB tahunan sebesar US \$ 3,7 triliun pada 2025. Angka tersebut meningkat 6 persen dibandingkan dengan layanan keuangan konvensional (Paramaesti, 2011).

Dengan maraknya kehadiran telepon genggam, peningkatan popularitas internet selular, kemajuan teknologi selular, dan meningkatnya permintaan konsumen untuk layanan selular, perbankan selular menjadi inovasi layanan penting yang diberikan bank kepada nasabah. Perbankan selular atau yang biasa dikenal dengan istilah *m-banking*, *SMS banking* dan lain sebagainya adalah sebuah koneksi yang ditawarkan bank untuk mengakses layanan perbankan melalui telepon genggam, baik melalui *SMS*, *Mobile Internet*, ataupun program unduhan perangkat selular. Perbankan selular digunakan untuk melakukan kegiatan perbankan seperti cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, transaksi finansial, hingga transaksi non finansial tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali untuk melakukan penarikan uang tunai. Mullan, Bradley, dan Loane (2017) menyatakan bahwa

perbankan selular dianggap inovasi layanan yang digunakan bank sebagai strategi atau metode baru untuk menimbulkan keterlibatan pelanggan.

Tidak seperti negara-negara berkembang di Asia lainnya. Sangat disayangkan, pengguna perbankan selular di negara kita masih tergolong rendah dibandingkan negara-negara di Asia seperti Singapura, Malaysia, dan Cina. Lebih disayangkan lagi bahwa pengguna telepon pintar di Indonesia terus bertambah, namun keinginan para pengguna untuk aktif menggunakan aplikasi layanan perbankan selular belum dominan (Noviadhista, 2015). Padahal ditandai dengan banyaknya situs-situs jual-beli online yang bermunculan berarti aktivitas jual-beli daring di Indonesia berkembang sangat pesat. Hal tersebut sejatinya sejalan dengan perkembangan pengguna perbankan selular oleh masyarakat.

Di Indonesia, sudah banyak bank yang menyediakan layanan perbankan selular seperti Bank Mandiri, BCA, BNI, BRI, dan lain sebagainya. Menurut lembaga penelitian Microsave, pengguna internet untuk layanan keuangan di Indonesia hanya 0,73 persen dari total seluruh pengguna telepon selular. Angka pengguna internet untuk layanan keuangan tersebut masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan Malaysia sebesar 5,79 persen dan Kamboja sebesar 2,73 persen. Sementara pengguna kartu SIM di Indonesia mencapai angka hampir 200 juta pengguna dan 20-40 persen di antaranya menggunakan telepon pintar serta cakupan internet di Indonesia mencapai 90 persen (Paramaesti, 2016).

Kepercayaan dan persepsi risiko yang akan diterima merupakan faktor yang tidak jarang dipikirkan oleh pelanggan sehingga membuat pelanggan tidak tertarik untuk menggunakan layanan ini. Masrek, Uzir, dan Khairuddin (2012) mengatakan

bahwa pihak-pihak yang memberikan kepercayaan seperti penyedia perbankan selular, penyedia telekomunikasi selular, dan teknologi selular sendiri memberikan pengaruh terhadap kepercayaan konsumen yang mempengaruhi adopsi layanan perbankan selular. Ravichandran dan Madana (2016) mengatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi layanan perbankan selular. Dalam penelitian tersebut responden sepakat bahwa perbankan selular tidak memiliki sistem yang dapat menjamin keamanan dan membutuhkan waktu untuk mempelajarinya. Pernyataan tersebut dapat dibenarkan dengan maraknya penipuan dan kejahatan di dunia maya yang mendorong kekhawatiran nasabah untuk menggunakan fasilitas perbankan selular.

Namun terdapat penelitian yang memiliki sudut pandang lain mengenai adopsi layanan perbankan selular. Mehrad dan Mohammadi (2016) mengatakan bahwa dari banyaknya variabel-variabel yang dapat menyebabkan nasabah menggunakan layanan perbankan selular, ternyata komunikasi dari mulut ke mulut memiliki pengaruh paling banyak terhadap penggunaan perbankan selular di Iran. Komunikasi dari mulut ke mulut mengacu pada informasi yang diberikan oleh pelanggan kepada orang lain mengenai konsumsi suatu produk atau jasa. Dimana termasuk informasi yang secara tradisional disampaikan secara lisan atau tulisan maupun melalui pesan yang dikomunikasikan secara elektronik (Pollack, 2017).

Penelitian Mehrad dan Mohammadi (2016) yang dilakukan di Iran menyarankan agar penelitian selanjutnya mempelajari mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi dari mulut ke mulut secara positif oleh konsumen layanan perbankan selular. Alexandrov, Lilly, dan Babakus (2013) menjelaskan

bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi dari mulut ke mulut. Diantaranya adalah kepuasan kebutuhan sosial yang diharapkan, niat sosial, dan kepuasan kebutuhan diri yang diharapkan.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh faktor-faktor komunikasi dari mulut ke mulut terhadap penggunaan perbankan selular. Maka penelitian ini mengambil judul **“Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Komunikasi Positif dari Mulut ke Mulut terhadap Adopsi Layanan Perbankan Selular di Indonesia”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa terdapat masalah yang terjadi yaitu rendahnya angka pengguna layanan perbankan selular di Indonesia. Berdasarkan penelitian Mehrad dan Mohammadi (2016) yang dilakukan di Iran dapat diketahui bahwa komunikasi dari mulut ke mulut memiliki pengaruh paling banyak terhadap adopsi layanan perbankan selular. Oleh karena itu penelitian ini ingin mengetahui apakah hal tersebut juga berlaku di Indonesia. Selanjutnya pada penelitian tersebut, Mehrad dan Mohammadi (2016) menyarankan untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memiliki pengaruh positif terhadap komunikasi dari mulut ke mulut oleh konsumen pengguna layanan perbankan selular. Alexandrov, Lilly, dan Babakus (2013) mengungkapkan mengenai faktor-faktor yang mendorong komunikasi dari mulut ke mulut yaitu kepuasan kebutuhan sosial yang diharapkan, niat sosial, dan kepuasan kebutuhan diri yang diharapkan. Sehingga dari situ, timbul pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan kebutuhan sosial yang diharapkan mempengaruhi komunikasi positif dari mulut ke mulut?
2. Apakah niat sosial mempengaruhi komunikasi positif dari mulut ke mulut?
3. Apakah kebutuhan kepuasan diri yang diharapkan mempengaruhi komunikasi positif dari mulut ke mulut?
4. Apakah komunikasi positif dari mulut ke mulut mempengaruhi adopsi layanan perbankan selular?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan sebelumnya, berikut adalah tujuan penelitian yang akan dilakukan:

1. Melakukan analisis pengaruh kepuasan kebutuhan sosial yang diharapkan terhadap komunikasi positif dari mulut ke mulut.
2. Melakukan analisis pengaruh niat sosial terhadap komunikasi positif dari mulut ke mulut.
3. Melakukan analisis pengaruh kepuasan kebutuhan diri yang diharapkan terhadap komunikasi positif dari mulut ke mulut.
4. Melakukan analisis pengaruh komunikasi positif dari mulut ke mulut terhadap adopsi layanan perbankan selular.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian mengenai adopsi layanan perbankan selular melalui komunikasi dari mulut ke mulut ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Bank, diharapkan penelitian ini memberikan pandangan baru kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam melakukan strategi pemasaran yang akan dilakukan untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan perbankan selular.
2. Bagi peneliti, untuk menerapkan serta memperdalam pengetahuan mengenai ilmu dan teori yang didapatkan semasa kuliah dan membandingkannya dengan kondisi yang terjadi.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut terutama mengenai perilaku pengguna perbankan selular.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian terdiri dari 5 bab, berikut ini sistematika penulisan pada penulisan laporan ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pertama ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab kedua ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Di bab ketiga, berisi tentang definisi operasional variable, sampel dan populasi yang digunakan, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat ini berisi penjelasan singkat mengenai objek penelitian yang digunakan, hasil analisis data, dan interpretasi hasil serta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir pada penulisan penelitian ini berisi tentang kesimpulan dari bab sebelumnya, keterbatasan penelitian, dan saran untuk merekomendasi penelitian selanjutnya.