

**PENERIMAAN NASABAH BANK NAGARI TERHADAP PENGGUNAAN
APLIKASI OLLIN BERDASARKAN MODEL UTAUT**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister Manajemen
Pada Program Studi Magister manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

AQIL SHIDQII ROZAAN
2120522061

Pembimbing I
Dr. Alfitman, SE, M.Sc

Pembimbing II
Dr. Syafrizal, SE, ME

**PROGRAM STUDI S2 MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

Penerimaan Nasabah Bank Nagari Terhadap Penggunaan Aplikasi Ollin Berdasarkan Model UTAUT

Aqil Shidqii Rozaan¹, Alfitman², Syafrizal³

¹²³Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas
Andalas, Padang, Indonesia

Aqilsr34@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan nasabah Bank Nagari terhadap penggunaan aplikasi Ollin berdasarkan model UTAUT. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Nagari dengan sampel sebanyak 265 orang yang mana merupakan nasabah Bank Nagari yang sudah menggunakan aplikasi Ollin minimal 3 kali transaksi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis deskripsi faktor menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, perceived value, habit, risk perception berpengaruh positif dan signifikan terhadap use behavior; use behavior dan e-CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap User Satisfaction.

Kata Kunci: Nasabah Bank Nagari, Aplikasi Ollin, Model UTAUT

Penerimaan Nasabah Bank Nagari Terhadap Penggunaan Aplikasi Ollin Berdasarkan Model UTAUT

Aqil Shidqii Rozaan¹, Alfitman², Syafrizal³

¹²³Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas
Andalas, Padang, Indonesia

Aqilsr34@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is to analyze the factors influencing Bank Nagari customers' acceptance of the Ollin application based on the UTAUT model. The population in this study consists of Bank Nagari customers, with a sample of 265 individuals who have used the Ollin application for at least three transactions. The analytical methods used are descriptive statistical analysis and factor description analysis using SmartPLS 4.0. The results of the study show that performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, perceived value, habit, and risk perception have a positive and significant impact on use behavior; use behavior and e-CRM have a positive and significant impact on Use Satisfaction.

Keywords: Bank Nagari Customers, Ollin Application, UTAUT Model

