

**EFEK MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGARUH  
KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK, CITRA MEREK DAN  
KOMUNIKASI GETOK TULAR ELEKTRONIK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Pada Pengguna Layanan Dompot Digital OVO)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS  
Nama : Alya Syafira  
NIM : 43116120381  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2021**

**EFEK MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGARUH  
KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK, CITRA MEREK DAN  
KOMUNIKASI GETOK TULAR ELEKTRONIK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Pada Pengguna Layanan Dompot Digital OVO)**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Nama : Alya Syafira  
NIM : 43116120381**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alya Syafira  
NIM : 43116120381  
Program Studi : S-1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Februari 2021



Alya Syafira

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Alya Syafira

NIM : 43116120381

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Citra Merek Dan Komunikasi Getok Tular Elektronik Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Layanan Dompot Digital OVO)

Tanggal Sidang : 27 Mei 2021



UNIVERSITAS  
*Arissetyanto*  
MERCU BUANA  
Prof. Dr. Ir Arissetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 07210131



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan dalam memediasi kualitas layanan elektronik, citra merek dan getok tular elektronik terhadap loyalitas pelanggan layanan dompet digital OVO. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna layanan OVO. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 150 pengguna aktif OVO yang sudah bertransaksi menggunakan OVO sebanyak minimal 3 kali. Metode penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan instrument penelitian kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan elektronik, citra merek dan getok tular elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung maupun tidak langsung dengan mediasi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** dompet digital, OVO, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan



## ABSTRACT

*This study aims to analyze customer satisfaction in mediating the quality of electronic services, brand image and e- word of mouth on customer loyalty of OVO digital wallet services. The population in this study were all OVO's users. The samples used were 150 active OVO users who had transacted using OVO at least three times. The sampling method used was purposive sampling technique. The data collection method used a questionnaire research instrument. The data analysis method used in this research is Partial Least Square. This study proves that the quality of electronic services, brand image and e-word of mouth have positive and significant effect on customer loyalty directly or indirectly mediating by customer satisfaction. Customer satisfaction has positive and significant effect on customer loyalty.*

**Keywords:** *digital wallet, OVO, customer satisfaction, customer loyalty*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Citra Merek dan Komunikasi Getok Tular Elektronik Terhadap Loyalitas Pelanggan**”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya penulis mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Prof Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS**, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. **Prof. Dr. Ngadino Surip DipoSumarto, MS.** selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. **Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si.,** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. **Bapak Dr. H. Sonny Indrajaaya, MM.,** selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
6. Kedua orang tua tercinta serta keluarga saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca umumnya.

Jakarta, 21 Februari 2021

Alya Syafira



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRISI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	14
1. Tujuan Penelitian .....	14
2. Kontribusi Penelitian .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	16
A. Kajian Pustaka .....	16
1. Manajemen Pemasaran .....	16
2. Literasi Keuangan .....	17
3. Service-Dominant Logic .....	18
4. Financial Technology .....	20
5. Digital Payment (E-Payment) .....	22
6. Dompot Digital (E-Wallet) .....	24
7. OVO .....	25
8. Kualitas Layanan Elektronik .....	27
9. Getok Tular Elektronik (E-WOM) .....	29
10. Citra Merek .....	31

11. Kepuasan Pelanggan .....	36
12. Loyalitas Pelanggan .....	40
B. Penelitian Terdahulu .....	42
C. Hubungan Antar Variabel .....	47
1. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	47
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	47
3. Pengaruh Getok Tular Elektronik ( <i>Electronic Word Of Mouth</i> ) Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	48
4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	48
D. Kerangka Konseptual.....	49
F. Pengembangan Hipotesis .....	50
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	51
1. Waktu.....	51
2. Tempat Penelitian.....	51
B. Desain Penelitian.....	51
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	52
1. Definisi Variabel.....	52
2. Operasionalisasi Variabel.....	55
D. Skala Pengukuran Variabel.....	58
E. Populasi dan Sampel.....	58
1. Populasi.....	58
2. Sampel .....	59
F. Metode Pengumpulan Data .....	60
G. Metode Analisis Data.....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
A. Analisis Deskriptif .....	65
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	65
2. Deskripsi Responden.....	67
3. Deskripsi Variabel.....	70
B. Uji Instrumen .....	76

1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model).....	76
1.1. Uji Validitas .....	76
1.2. Uji Reliabilitas .....	86
2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	87
2.1 Nilai R-Square atau Uji Determinasi .....	87
2.2 Nilai F-Square .....	89
2.3 Nilai <i>T-Statistic (Bootstrapping)</i> .....	90
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	94
<b>BAB V</b> .....	<b>98</b>
A. Kesimpulan .....	98
B. Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>108</b>



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Go-Pay, OVO, LinkAja, dan DANA .....	6
Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Penelitian Customer loyalty .....	12
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel .....	55
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Umur.....	68
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan .....	69
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Pendapatan.....	69
Tabel 4.5 Uji Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan Elektronik .....	70
Tabel 4.6 Uji Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	72
Tabel 4.7 Uji Statistik Deskriptif Variabel Iklan .....	73
Tabel 4.8 Uji Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	74
Tabel 4.9 Uji Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas pelanggan .....	75
Tabel 4.10 Tabel Uji Convergent Validity.....	77
Tabel 4.11 Hasil pengujian <i>convergent validity</i> (modifikasi).....	79
Tabel 4.12 Hasil pengujian <i>convergent validity</i> (modifikasi).....	80
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji AVE.....	82
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i> .....	83
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loadings)</i> .....	84
Tabel 4.16 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Heretroit-Monotroit Ratio)</i> ..	85
Tabel 4. 17 Tabel Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	86
Tabel 4.18 Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....	88
Tabel 4.19 Hasil Uji Nilai F-Squared ( $F^2$ ) .....	89
Tabel 4.20 Hasil Uji Nilai <i>T-Statistic (Bootsrapping)</i> .....	90
Tabel 4.21 <i>Direct Effect</i> atau Pengaruh Langsung.....	91
Tabel 4.22 <i>Indirect Effect</i> atau Pengaruh Tidak Langsung.....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perbandingan Pengguna Uang Elektronik.....	2
Gambar 1.2 Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia.....	5
Gambar 1.3 Tampilan Aplikasi OVO .....	6
Gambar 1.4 Brand Positioning OVO pada Social Media .....	9
Gambar 1.5 Category Perception .....	10
Gambar 1.6 Grafik Top Issue Brand.....	10
Gambar 1.7 Top 10 Dompot Digital yang Paling Sering Digunakan 2019 .....	11
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	49
Gambar 4.1 Uji <i>Convergent Validity</i> .....	77
Gambar 4.2 Uji <i>Convergent Validity</i> (modifikasi).....	80
Gambar 4.3 Uji <i>Convergent Validity</i> (modifikasi II).....	82
Gambar 4.4 Uji <i>R-squared</i> .....	88



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian.....	114



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA