



***PENGARUH SOCIAL INFLUENCE, TRUST, DATA SECURITY  
AND PRIVACY, QUALITY ADMINISTRATIVE TERHADAP  
CUSTOMER LOYALTY FINTECH KOINWORKS YANG  
DIMEDIASI OLEH CUSTOMER SATISFACTION***



**55121110016**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2023**



**PENGARUH *SOCIAL INFLUENCE, TRUST, DATA SECURITY AND PRIVACY, QUALITY ADMINISTRATIVE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY FINTECH KOINWORKS* YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION***

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**TRI ANTORO ADI**

**55121110016**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Social Influence, Trust, Data Security And Privacy, Quality Administrative* Terhadap *Customer Loyalty Fintech Koinworks* Yang Dimediasi Oleh *Customer Satisfaction*

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Tri Antoro Adi

NIM : 55121110016

Program : Magister Manajemen

Tanggal :



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**Dr. Tafiprios, SE., MM**

Dekan  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



**Dr Nurul Hidayah, M.Si**

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen



**Dr Lenny Christina Nawangsari, MM**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh *Social Influence, Trust, Data Security And Privacy, Quality Administrative* Terhadap *Customer Loyalty Fintech Koinworks* Yang Dimediasi Oleh *Customer Satisfaction*

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Tri Antoro Adi

NIM : 55121110016

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 6 Juni 2023



*Tri Antoro Adi*

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Tri Antoro Adi  
NIM : 55121110016  
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

*“The Influence Of Social Influence, Trust, Data Security And Privacy, Administrative Quality On Customer Loyalty Fintech Koinworks Mediated By Customer Satisfaction”*,  
telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 25/06/2023,  
didapatkan nilai persentase sebesar 30 %.

Jakarta, 26 Juni 2023  
Administrator Turnitin

  
**Arie Pangudi, A.Md**

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb.

Puji dan Syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala berkat dan limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian tesis dengan judul “**Pengaruh *Social Influence, Trust, Data Security And Privacy, Quality Administrative Terhadap Customer Loyalty Fintch Koinworks Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction***”.

Tujuan dari penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Magister Manajemen pada Program Studi Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Di dalam proses penulisan tesis ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada beberapa pihak, diantaranya adalah:

1. Bapak Dr. Tafirios, SE., MM, selaku dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan ilmu, bimbingan, informasi serta nasihatnya kepada saya dalam melakukan penulisan tesis ini.
2. Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis, Dr. Nurul Hidayah, M.Si atas dukungannya dalam penulisan tesis ini.
3. Ketua Program Studi Magister Manajemen, Dr. Lenny Christiani Nawangsari, MM, atas dukungan dalam penulisan tesis ini.
4. Para Dosen pengampu mata kuliah konsentrasi, metodologi penelitian dan tesis di Prodi Magister Manajemen, atas saran dan masukanya yang membangun, demi perbaikan dan ketepatan dalam penulisan tesis ini.
5. Seluruh pihak yang sudah membantu proses penyusunan tesis ini.

Semoga kita semua selalu dilindungi dan diberikan kesehatan serta kesuksesan selalu terhadap apa yang kita lakukan dan jalankan sehari-hari.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu saran beserta kritikan yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 6 Juni 2023

**Tri Antoro Adi**

**55121110016**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Masalah .....	16
1.5 Kontribusi Penelitian .....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>19</b>
2.1 Kajian Teori .....	19
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	23
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	32
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i> .....	37
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i> .....	39
2.1.6 <i>Social Influence</i> .....	41
2.1.7 <i>Trust</i> .....	43
2.1.8 <i>Data Security and Privacy</i> .....	45
2.1.9 <i>Quality Administrative Service</i> .....	47
2.2 Penelitian Terdahulu .....	49



2.3 Pengembangan Hipotesis.....	63
2.3.1 Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i> .....	63
2.3.2 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer</i> <i>Loyalty</i> .....	64
2.3.2 Pengaruh <i>Data Security and Privacy</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i> .....	65
2.3.4 Pengaruh <i>Quality Administrative Service</i> Terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i> .....	66
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ...	67
2.4 Kerangka Pemikiran .....	69
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>71</b>
3.1 Desain Penelitian .....	71
3.2 Definisi dan Operasional Variabel.....	72
3.2.1 Definisi Variabel .....	72
3.3 Populasi dan Sampel.....	75
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	76
3.5 Metode Analisis Data .....	77
3.5.1 Tahapan Analisis PLS-SEM .....	78
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>88</b>
4.1. Gambaran Umum Koinworks .....	88
4.2. Analisis Deskriptif.....	88
4.2.1. Deskriptif Responden.....	88
4.2.2. Deskriptif Jawaban Responden .....	92
4.3. Analisis Data Penelitian .....	97
4.3.1. Evaluasi Normalitas Data.....	97
4.3.2. Evaluasi Model Pengukuran .....	99
4.3.3. Evaluasi Model Struktural.....	106
4.3.4. Evaluasi Pengujian Hipotesis.....	110

4.4. Pembahasan .....	114
4.4.1. Social Influence (X1) Terhadap Customer Loyalty (Y) .....	114
4.4.2. Pengaruh Trust (X2) Terhadap Customer Loyalty (Y) .....	114
4.4.3. Pengaruh Data and Privacy Security (X3) Terhadap Customer Loyalty (Y) .....	115
4.4.4. Pengaruh Quality Administrative Services (X4) Terhadap Customer Loyalty (Y) .....	116
4.4.5. Pengaruh Social Influence (X1) Terhadap Customer Satisfaction (Z) .....	117
4.4.6. Pengaruh Trust (X2) Terhadap Customer Satisfaction (Z) .....	118
4.4.7 Pengaruh Data and Privacy Security (X3) Terhadap Customer Satisfaction (Z) .....	119
4.4.8 Pengaruh Quality Administrative Services (X4) Terhadap Customer Satisfaction (Z) .....	120
4.4.9 Pengaruh Customer Satisfaction (Z) Terhadap Customer Loyalty (Y) .....	121
4.4.10 Peran Mediasi Customer Satisfaction (Z) Pada Hubungan Antara Social Influence (X1) Terhadap Customer Loyalty (Y) .....	122
4.4.11 Peran Mediasi Customer Satisfaction (Z) Pada Hubungan Antara Trust (X2) Terhadap Customer Loyalty (Y) .....	123
4.4.12 Peran Mediasi Customer Satisfaction (Z) Pada Hubungan Antara Data and Privacy Security (X3) Terhadap Customer Loyalty (Y) .....	124
4.4.13 Peran Mediasi Customer Satisfaction (Z) Pada Hubungan Antara Quality Administrative Services (X4) Terhadap Customer Loyalty (Y) .....	125
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>127</b>
5.1 Kesimpulan .....	127
5.2 Saran .....	128
5.2.1 Saran Akademis .....	128
5.2.2 Saran Praktis .....	130

5.3 Implikasi Manajerial.....	131
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>133</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>142</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>178</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Borrower Koinworks .....	8
Tabel 1.2 Pra Survey .....	13
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	49
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	72
Tabel 4.1 Pertanyaan Saringan .....	88
Tabel 4.2 Profil Responden .....	88
Tabel 4.3 Deskriptif Penelitian .....	92
Tabel 4.4 Normalitas Data .....	96
Tabel 4.5 Nilai Signifikansi Outer Loadings .....	100
Tabel 4.6 Nilai Average Variance Extracted .....	101
Tabel 4.7 Nilai HTMT Inference .....	102
Tabel 4.8 Nilai Cross Loadings .....	103
Tabel 4.9 Nilai Constructs Reliability .....	105
Tabel 4.10 Nilai VIF .....	106
Tabel 4.11 Nilai Koefisien Determinasi (R-Square) .....	107
Tabel 4.12 Nilai PLS Predict (Q-Square) .....	108
Tabel 4.13 Nilai Model Fit .....	109
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis .....	109

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Persaingan P2P Lending di Indonesia .....	6
Gambar 1.2 Data Sales Koinworks .....	8
Gambar 1.3 10 Negara Paling Riskan atas Serangan IT .....	10
Gambar 1.4 10 Jumlah Serangan Siber .....	11
Gambar 2.1 Bentuk Asli Technology Acceptance Model .....	27
Gambar 2.2 Modifikasi Model TAM .....	27
Gambar 2.3 Technology Acceptance Model (TAM 2) .....	29
Gambar 2.4 Technology Acceptance Model (TAM 3) .....	31
Gambar 2.5 Model Sederhana Pengambilan Keputusan .....	35
Gambar 2.6 Kerangka Konseptual .....	69
Gambar 3.1 Bawang Penelitian .....	71
Gambar 3.2 Tahapan Analisis SEM-PLS .....	78
Gambar 3.3 Model Struktural .....	80
Gambar 4.1 Hasil Pengolahan Prosedur PLS-Algorithm .....	99
Gambar 4.2 Bootstrapping PLS-Algorithm Tanpa Moderasi .....	112

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	141
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden.....	145
Lampiran 3. Pertanyaan Saringan.....	164
Lampiran 4. Profil Responden.....	164
Lampiran 5. Deskriptif Penelitian.....	165
Lampiran 6. Normalitas Data.....	167
Lampiran 7. Hasil Pengolahan Prosedur PLS-Algorithm.....	169
Lampiran 8. Nilai Signifikansi Outer Loadings.....	170
Lampiran 9. Nilai Average Variance Extracted.....	171
Lampiran 10. Nilai HTMTInference.....	171
Lampiran 11. Nilai Cross Loadings.....	172
Lampiran 12. Nilai Constructs Reliability.....	173
Lampiran 13. Nilai VIF.....	173
Lampiran 14. Nilai Koefisien Determinasi (R-Square).....	174
Lampiran 15. Nilai PLSPredict (Q-Square).....	174
Lampiran 16. Nilai Model Fit.....	175
Lampiran 17. Pengujian Hipotesis.....	175
Lampiran 18. Bootstrapping PLS-Algorithm Tanpa Moderasi.....	176