

TESIS

**PENGARUH PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS**

(Studi Pada Penggunaan Jenius Digital App Bank BTPN)



Disusun oleh :

Devina Aristia Santoso

No. Mhs: 185002817/PS/MM

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAGEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAGEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Devina Aristia Santoso
Nomor Mahasiswa : 185002817/PS /MM
Konsentrasi : E-Bisnis
Judul Tesis : Pengaruh Penggunaan *Financial Technology* Terhadap
Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas
(Studi Pada Penggunaan Jenius Digital App Bank BTPN)

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

Dr. J. Ellyawati, MM.

07 Jan 2020



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAGEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Devina Aristia Santoso
Nomor Mahasiswa : 185002817/PS/MM
Konsentrasi : E-Bisnis
Judul Tesis : Pengaruh Penggunaan *Financial Technology*
Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada
Loyalitas (Studi Pada Penggunaan Jenius Digital
App Bank BTPN)

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda tangan
Dr. J. Ellyawati, MM.	27/01/2020	
Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.	27/01/2020	
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	28/01/2020	

Ketua Program Studi

PROGRAM
PASCASARJANA
Dr. J. Ellyawati, MM.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

**PENGARUH PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS**

(Studi Pada Penggunaan Jenius Digital App Bank BTPN)

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari tesis ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Januari 2020

Yang menyatakan



Devina Aristia Santoso

INTISARI

Loyalitas pelanggan menjadi salah satu ukuran keberhasilan dalam sebuah usaha. Dalam bisnis, loyalitas pelanggan ditentukan oleh seberapa puas konsumen pada produk maupun jasa yang dikonsumsi. Loyalitas dan kepuasan konsumen dalam penggunaan *mobile payment* dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain adalah persepsi nilai, kemudahan penggunaan, kepercayaan, persepsi keamanan, dan *self-efficacy*.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan penggunaan Jenius digital App, 2) Pengaruh persepsi nilai, kemudahan penggunaan, kepercayaan, persepsi keamanan, dan *self-efficacy* terhadap kepuasan pengguna Jenius digital App, dan 3) Pengaruh persepsi nilai, kemudahan penggunaan, kepercayaan, persepsi keamanan, *self-efficacy*, dan kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pengguna Jenius digital App. Penelitian dilakukan pada 200 orang Jenius digital App. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis *structural equation modelling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kemudahan penggunaan secara nyata memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen. 2) Persepsi nilai, kemudahan penggunaan, kepercayaan, persepsi keamanan, dan *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. 3) Persepsi nilai, kemudahan penggunaan, kepercayaan, persepsi keamanan, *self-efficacy*, dan kepuasan konsumen secara signifikan akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Persepsi nilai, kemudahan penggunaan, kepercayaan, persepsi keamanan, *self-efficacy*, kepuasan, dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Customer loyalty is one measure of success in a business. In business, customer loyalty is determined by how satisfied consumers are with the products and services they consume. Loyalty and customer satisfaction in the use of mobile payments are influenced by many factors including perceived value, ease of use, trust, security perception, and self-efficacy.

This study was conducted with the aim to find out: 1) The effect of ease of use on the trust of using the Digital Jenius App, 2) The effect of perceived value, ease of use, trust, security perception, and self-efficacy on the satisfaction of Jenius Digital App users, and 3) The effect of perception value, ease of use, trust, security perception, self-efficacy, and satisfaction have an influence on the loyalty of Jenius Digital App users. The study was conducted on 200 digital genius App. Data analysis methods used are descriptive analysis and structural equation modeling analysis.

The results showed that: 1) Ease of use actually has a positive effect on consumer confidence. 2) Value perception, ease of use, trust, security perception, and self-efficacy have positive effects on customer satisfaction. 3) Value perception, ease of use, trust, security perception, self-efficacy, and customer satisfaction will significantly increase customer loyalty.

Keywords: Value perception, ease of use, trust, security perception, self-efficacy, customer satisfaction and loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini merupakan salah satu pemenuhan atas syarat perolehan gelar Sarjana Strata 2 pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dalam penelitian ini. Karena atas bantuannya baik berupa ide, gagasan, materi maupun bantuan berupa spirit mampu mendorong penulis untuk menyelesaikan penelitian dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini, yaitu kepada:

1. Ibu Dr. J. Ellyawati., MM., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membantu dalam penyusunan tesis ini.
2. Bapak Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.. dan bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan yang berharga untuk penyempurnaan tesis ini.
3. Seluruh dosen dan staf Program Pascasarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan layanan pada penulis.

4. Papa dan Mama tercinta, terimakasih atas segala pengorbanan, cinta kasih, serta doa dan dorongan yang tidak pernah ada hentinya padaku hingga terselesaikannya tesis ini.
5. Saudara-saudaraku semua yang selalu memberikan kata-kata dukungan yang sangat membangun dan memotivasi dari kecil hingga dewasa ini.
6. Para responden yang telah berpartisipasi untuk mengisi kuesioner penelitian ini, semoga Tuhan memberikan berkat yang berlimpah kepada saudara sekalian.
7. Teman-teman S2, terima kasih atas persahabatan yang telah kita bina selama ini.
8. Semua orang yang telah mendukung aku dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas pertemanan, dukungan serta bantuan yang telah kalian berikan padaku.

Akhir kata semoga Tuhan berkenan memberikan berkat yang berlimpah kepada kita semua dan membalas kebaikan Bapak/Ibu dan teman-teman semua.

Yogyakarta, Januari 2020

Penulis

Devina Aristia Santoso

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Persepsi Nilai	10
2.2. Kemudahan Penggunaan	13
2.3. Kepercayaan	15
2.4. Persepsi Keamanan	16
2.5. <i>Self-Efficacy</i>	18
2.6. Persepsi Manfaat	21
2.7. Kepuasan	23

2.8. Loyalitas	24
2.9. Penelitian Terdahulu	27
2.10. Hipotesis Penelitian	33
2.11. Kerangka Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitan	42
3.2. Populasi, Metode Pengambilan Sampel dan Jumlah Sampel.....	42
3.3. Definisi Operasional Dan Pengukuran	43
3.4. Metode Pengumpulan Data	46
3.5. Metode Pengukuran Data	47
3.6. Metode Pengujian Intrumen.....	48
3.6.1. Uji Validitas	48
3.6.2. Uji Reliabilitas	49
3.7. Metode Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Karakteristik Demografi Responden.....	54
4.2. Deskripsi Nilai <i>Mean</i> Variabel Penelitian	58
4.2.1. Nilai <i>Mean</i> Pada Variabel Persepsi Nilai	59
4.2.2. Nilai <i>Mean</i> Pada Variabel Kemudahan Penggunaan	60
4.2.3. Nilai <i>Mean</i> Pada Variabel Kepercayaan	61
4.2.4. Nilai <i>Mean</i> Pada Variabel Persepsi Keamanan	61
4.2.5. Nilai <i>Mean</i> Pada Variabel <i>Self-Efficacy</i>	62
4.2.6. Nilai <i>Mean</i> Pada Variabel Kepuasan	63
4.2.7. Nilai <i>Mean</i> Pada Variabel Loyalitas	64
4.3. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	64
4.3.1. Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> - Menilai <i>Outer Model</i>	65
4.3.2. Pengujian Hipotesis	74
4.4. Pembahasan.....	80

BAB V PENUTUP	89
5.1. Kesimpulan	89
5.2. Implikasi Manajerial	92
5.3. Kelemahan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	96
 Daftar Pustaka	 98



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	43
Tabel 3.2.	Hasil Uji Validitas	48
Tabel 3.3.	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3.	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	56
Tabel 4.4.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.5.	Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan	57
Tabel 4.6.	Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Jenius Digital App	57
Tabel 4.7.	Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Penggunaan Jenius Digital App untuk Transaksi Bisnis dalam 1 Bulan	58
Tabel 4.8.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Nilai	59
Tabel 4.9.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kemudahan Penggunaan.....	60
Tabel 4.10.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepercayaan.....	61
Tabel 4.11.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Keamanan	61
Tabel 4.12.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Self-Efficacy</i>	62
Tabel 4.13.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan	63
Tabel 4.14.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas	64
Tabel 4.15.	<i>Outer Loading (Measurement Model)</i>	65
Tabel 4.16.	<i>Cross Loading</i>	69
Tabel 4.17.	<i>Consruct Reliability & Validity</i>	71
Tabel 4.18.	Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Adjusted R-Square</i>	72
Tabel 4.19.	Hasil Uji Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	74
Tabel 4.20.	<i>Path Coefficient</i>	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian Sambaiah dan Reddy (2019)	41
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian Daud <i>et al.</i> , (2018).....	41
Gambar 2.3. Kerangka Penelitian Devina (2019).....	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Data Jawaban Responden
Lampiran	III	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Presentase
Lampiran	V	Analisis Deskriptif
Lampiran	VI	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>
Lampiran	VII	Tabel Distribusi R 5%

