

TESIS

**PERAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
PEMEDIASI TERHADAP KUALITAS LAYANAN DIGITAL  
*PAYMENT* DAN LOYALITAS PELANGGAN**



**Diajukan Oleh:**

Lucia Rahayu Christianti Lapan Geroda

NPM: 225026920/PS/MM

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2023**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA**

---

**PERSETUJUAN TESIS**

Nama : Lucia Rahayu Christianti Lengan Geroda  
Nomor Mahasiswa : 225026920/PS/MM  
Konsentrasi : E-Bisnis  
Judul Tesis : Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel  
Pemediasi terhadap Kualitas Layanan Digital  
*Payment* dan Loyalitas Pelanggan

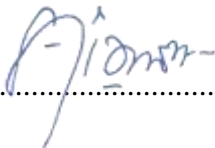
**Nama Pembimbing**

**Tanggal**

**Tanda Tangan**

Dr. J. Ellyawati, M.M

27 November 2023

  
.....



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama : Lucia Rahayu Christianti Lengan Geroda  
Nomor Mahasiswa : 225026920/PS/MM  
Konsentrasi : E-Bisnis  
Judul Tesis : Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel  
Pemediasi Terhadap Kualitas Layanan Digital *Payment*  
dan Loyalitas Pelanggan.

<b>Nama Penguji</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Tanda Tangan</b>
Dr. J. Ellyawati, M.M	27 November 2024	
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	27 November 2024	
Paulus Mudjihartono, S.T., M.T., Ph.D.	27 November 2024	

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**

Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc.

**Dekan  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

Wenefrida Mahestu Novindra

Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

## **MOTTO**

**Tidak ada yang memotivasi kita  
dengan baik kecuali “DIRI SENDIRI”**

## **PERNYATAAN**

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

**“PERAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI TERHADAP KUALITAS LAYANAN DIGITAL *PAYMENT* DAN LOYALITAS PELANGGAN”**

benar-benar merupakan buah pikiran saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain telah dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini pada bagian daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti adanya kesengajaan dalam melakukan plagiarisme sebagian atau keseluruhan tesis ini, maka saya bersedia agar gelar dan ijazah yang telah saya peroleh dibatalkan oleh pihak Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan akan segera dikembalikan jika hal tersebut terbukti.

Yogyakarta, 24 November 2023

Yang menyatakan,

Lucia Rahayu Christianti Lapan Geroda

## INTISARI

Perkembangan teknologi yang sangat pesat mempengaruhi perkembangan sistem pembayaran, sehingga beralih menggunakan uang digital yang diklasifikasikan sebagai pembayaran non tunai. Perubahan sistem pembayaran berbentuk uang tunai dalam *mobile banking* (M-Banking) dan dompet digital yang dapat diakses menggunakan smartphone sehingga pembayaran dilakukan dengan digital *payment*. Digital *payment* adalah layanan berbasis elektronik yang mencakup penggunaan kartu dan uang elektronik untuk melakukan pembayaran, hal ini dirancang untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan digital *payment* memberikan kepuasan serta loyalitas kepada pengguna QRIS. Pengambil sampel dilakukan dengan metode *non probability* yaitu *purposive sampling*. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 275 responden dengan kelahiran 1981-1994 (generasi Y) dan kelahiran 1995-2010 (generasi Z) yang menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran dalam jangka waktu 3 bulan terakhir dan frekuensi 4 kali - 5 kali menggunakan QRIS. Teknik analisis data yang digunakan yaitu SEM-PLS (*Structural Equation Model-Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan digital *payment* dengan dimensi kegunaan, kenyamanan, dan keamanan/privasi digital *payment* dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Namun desain digital *payment* tidak dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, melainkan desain digital *payment* yang sangat menarik dan beragam membuat pelanggan menjadi loyal. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, loyalitas pelanggan sendiri ditandai dengan adanya kenyamanan, desain, serta keamanan/privasi yang diberikan oleh layanan digital *payment*. Pada penelitian ini ditemukan kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan digital *payment* terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dipengaruhi oleh kegunaan, kenyamanan, serta keamanan/privasi yang diberikan digital *payment* kepada pelanggan yang menggunakannya.

Kata kunci: kualitas layanan digital *payment*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, *mobile banking* (M-Banking), dompet digital

## ABSTRAK

*The rapid development of technology significantly influences the evolution of payment systems, shifting towards the use of digital currency classified as non-cash payments. The changes in payment systems take the form of cashless money in mobile banking (M-Banking) and digital wallets accessible through smartphones, facilitating payments through digital payment methods. Digital payment is an electronic-based service encompassing the use of cards and electronic money for transactions, designed to provide convenience, speed, and efficiency. Therefore, this research aims to analyze the impact of digital payment service quality on user satisfaction and loyalty towards QRIS users. Sampling was conducted using a non-probability method called purposive sampling. The research sample consisted of 275 respondents born between 1981-1994 (Generation Y) and 1995-2010 (Generation Z), who utilized QRIS as a payment tool in the last three months, with a frequency of 4 to 5 times. The data analysis technique employed was SEM-PLS (Structural Equation Model-Partial Least Squares). The research findings indicate that the quality of digital payment services, including usability, convenience, and security/privacy aspects, can lead to customer satisfaction. However, the design of digital payment itself may not directly contribute to satisfaction, whereas an appealing and diverse digital payment design fosters customer loyalty. Customer satisfaction also influences customer loyalty, marked by the convenience, design, and security/privacy provided by digital payment services. In this study, it was found that customer satisfaction mediates the influence of digital payment service quality on customer loyalty, influenced by the usability, convenience, and security/privacy offered by digital payment services to its users.*

*Keywords: digital payment service quality, customer satisfaction, customer loyalty, mobile banking (M-Banking), digital wallets*

## KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kasih karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan tesis yang berjudul **“Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi Terhadap Kualitas Layanan Digital *Payment* Dan Loyalitas Pelanggan”**. Penulisan tesis ini merupakan langkah dalam memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan tesis ini banyak hambatan dan tantangan yang harus dihadapi. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlihat dan membantu dalam proses penyelesaian penulisan tesis ini. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

- a. Ibu Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc.IB. Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- b. Ibu Dr. J. Ellyawati, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang selama ini telah banyak membantu dan membimbing penulis dalam proses pengerjaan tesis ini.
- c. Orang tua dan adek penulis yang selama ini selalu memberikan semangat, motivasi, dan mendoakan penulis.
- d. Diri sendiri yang telah berjuang melawan rasa takut dan akhirnya sampai pada tahap ini.



- e. Teman-teman MM angkatan 2022 Ganjil, Hily, Peyo, Galuh, Mia, Morsky, Tam-Tam, terimakasih sudah berjuang bersama menempuh studi di MM UAJY.
- f. Teman-teman maupun kerabat lain yang telah membantu dalam proses pengerjaan tesis ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan serta doa yang telah diberikan.

Yogyakarta, 24 November 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TESIS.....	i
PENGESAHAN TESIS .....	ii
MOTTO.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
INTISARI.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1    Latar Belakang .....	1
1. 2    Perumusan Masalah.....	4
1. 3    Tujuan Penelitian.....	5
1. 4    Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN TEORITIS .....	7
2. 1    Kualitas Layanan .....	7
2. 1. 1    Kegunaan .....	8
2. 1. 2    Kenyamanan .....	9
2. 1. 3    Desain .....	10
2. 1. 4    Keamanan/Privasi .....	11
2. 2    Kepuasan Pelanggan.....	12

2. 3	Loyalitas Pelanggan .....	13
2. 4	Penelitian Terdahulu .....	15
2. 5	Pengembangan Hipotesis .....	26
2. 5. 1	Pengaruh Kualitas Layanan Digital <i>Payment</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
2. 5. 2	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27
2. 5. 3	Pengaruh Kualitas Layanan Digital <i>Payment</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2. 5. 4	Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan antara Kualitas Layanan Digital <i>Payment</i> dan Loyalitas Pelanggan. ....	29
2. 6	Kerangka Penelitian .....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3. 1	Lingkup Penelitian .....	31
3. 2	Metode <i>Sampling</i> dan Teknik Pengumpulan Data .....	32
3. 3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3. 4	Pilot <i>Study</i> .....	36
3. 4. 1	Uji Validitas .....	36
3. 4. 2	Uji Reliabilitas .....	37
3. 5	Metode Analisis Data .....	38
3. 5. 1	Analisis Statistik Deskriptif Responden .....	38
3. 5. 2	SEM-PLS .....	39
3. 5. 2. 1	Langkah pertama: Merancang Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) ...	40
3. 5. 2. 2	Langkah Kedua: Merancang Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )..	40
3. 5. 2. 3	Langkah Ketiga: Diagram Jalur dan Efek Mediasi .....	40

3. 5. 2. 4	Langkah Kelima: Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	42
3. 5. 2. 5	Langkah Keenam: Pengujian Hipotesis.....	46
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	47
4. 1	Pendahuluan .....	47
4. 2	Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	47
4. 2. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
4. 2. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	50
4. 2. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
4. 2. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna QRIS.....	51
4. 2. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan QRIS yang digunakan .....	52
4. 2. 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Transaksi menggunakan QRIS .....	52
4. 3	Hasil Analisis SEM-PLS .....	53
4. 3. 1	Rancangan Model Penelitian ( <i>Inner Model</i> ).....	53
4. 3. 2	Rancangan Model Struktural ( <i>Outer Model</i> ) .....	54
4. 3. 3	Konstruksi Diagram Jalur .....	55
4. 3. 4	Evaluasi <i>Goodness of Fit: Outer Model</i> .....	56
4. 3. 4. 1	Evaluasi Uji Validitas: <i>Convergent Validity</i> Sebelum Eliminasi ...	56
4. 3. 4. 2	Evaluasi Uji Validitas: <i>Convergent Validity</i> Sesudah Eliminasi....	57
4. 3. 4. 3	Evaluasi Uji Validitas: <i>Discriminant Validity</i> .....	59
4. 3. 4. 4	Evaluasi Uji Reliabilitas .....	60
4. 3. 5	Evaluasi <i>Goodness of Fit: Inner Model</i> .....	61
4. 3. 6	Hasil Uji Hipotesis.....	63
4. 4	Pembahasan .....	70

4. 4. 1	Pengaruh Kualitas Layanan Digital <i>Payment</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	70
4. 4. 2	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	71
4. 4. 3	Pengaruh Kualitas Layanan Digital <i>Payment</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	72
4. 4. 4	Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan Antara Kualitas Layanan Digital <i>Payment</i> dan Loyalitas Pelanggan .....	73
BAB V PENUTUP.....		76
5. 1	Kesimpulan.....	76
5. 2	Implikasi Manajerial.....	77
5. 3	Keterbatasan dan Saran Penelitian .....	78
LAMPIRAN.....		86
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....		86
LAMPIRAN 2 JAWABAN RESPONDEN.....		91
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA SMARTPLS 3.0.....		100

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	31
Gambar 3.1 Pengguna Digital Payment .....	31
Gambar 3.2 Model Kausal Non-Rekursif Tiga Variabel .....	41
Gambar 3.3 Model Mediasi.....	42
Gambar 4.1 Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Gambar 4.2 Kelompok Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4.3 Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Gambar 4.4 Kelompok Responden Berdasarkan Pengguna QRIS .....	51
Gambar 4.5 Kelompok Responden Pengguna QRIS .....	52
Gambar 4.6 Kelompok Responden Berdasarkan Banyak Transaksi menggunakan QRIS .....	53
Gambar 4.7 Diagram Jalur .....	55
Gambar 4.8 Model Struktural PLS Algorithm .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas dari Indikator Penelitian.....	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Penelitian .....	38
Tabel 4.1 Profil Responden.....	47
Tabel 4.2 Indikator Variabel Laten.....	54
Tabel 4.3 Nilai <i>Loading Factor</i> .....	56
Tabel 4.4 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	57
Tabel 4.5 Nilai <i>Loading Factor</i> .....	58
Tabel 4.6 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	58
Tabel 4.7 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	59
Tabel 4.8 Nilai <i>Dillon - Goldstein's</i> .....	60
Tabel 4.9 Nilai <i>R-square</i> dan <i>Q-square</i> .....	62
Tabel 4.10 Uji Hipotesis.....	63
Tabel 4.11 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	66
Tabel 4.12 Hubungan Antara Kegunaan, Kepuasan Pelanggan, .....	66
Tabel 4.13 Hubungan Antara Kenyamanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.....	67
Tabel 4.14 Hubungan Antara Desain, Kepuasan Pelanggan, .....	68
Tabel 4.15 Hubungan Antara Keamanan/Privasi, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.....	69