CHAPTER V
CONCLUSION

5.1. Conclusion

The following are the primary conclusions that can be derived from the data findings and discussion presented in the previous chapter:

5.1.1. Based on the Analysis of the Respondent's Characteristic

1. There are 220 respondents who eligible with the criteria; the customer age minimum 17 years old & owned and used Gopay at least once in the last year.

2. Based on characteristic of gender, the majority of the respondents are female (123 respondents) and male (97 respondents).

3. Based on characteristic of age, most of the respondents are people aged >30 years old (171 respondents).

4. Based on the characteristic of last education, most respondents have a bachelor's degree (120 respondents).

5. Based on the characteristic of job, most respondents work as a private employee (77 respondents).

6. Based on the characteristic of salary, most respondents have income >Rp. 5.001.000 (134 respondents).

5.1.2. Based on the result of PLS-SEM

1. H1 technical quality will have a positive impact towards attitudinal customer loyalty (H1 rejected). Based on these results, this means that there is no significant effect of technical quality to attitudinal customer loyalty.

2. H4 technical quality will have a positive impact towards behavioral customer loyalty (H4 rejected). Based on these results, this means that there is no significant effect of technical quality to behavioral customer loyalty.

3. H2 functional quality will have a positive impact towards attitudinal customer loyalty (H2 Rejected). Based on these results, this means that there is no significant effect of functional quality towards attitudinal customer loyalty

4. H5 functional quality will have a positive impact towards behavioral customer loyalty (rejected). Based on these results, this means that there is no significant effect of functional quality towards behavioral customer loyalty.

5. H3 reputational quality will have a positive impact towards attitudinal customer loyalty (accepted). Based on these results, this means that there is a significant effect of functional quality towards attitudinal customer loyalty.

6. H6 reputational quality will have a positive impact towards behavioral customer loyalty (H6 accepted). Based on these results, this means that there is a significant effect of functional quality towards behavioral customer loyalty.

5.2. Managerial Implications

The findings of this study have scientific value as they provide valuable insights for managerial decision-making and the development of marketing strategies, which are crucial for GoPay and other e-wallet services.

1. On this research two out of six hypothesis are accepted, which is reputational quality affect attitudinal customer loyalty and behavioral customer loyalty. This means that GoPay have a good reputation and become a successful service in the society. From the image that GoPay create in the society, people are interested to recommend GoPay to others and many people that interested to try after that it become a behavior to use GoPay as their transaction at the end become a loyal customer. GoPay should maintain its reputation in society so Gopay not lose to their other e-wallet competitors.

2. The service provider (GoPay) must work on technical and functional part of the service because from this research, technical quality and functional quality have an insignificant affect to the attitudinal and behavioral customer loyalty. GoPay should

71

consider their marketing strategies following customer recommendations about their services (technical quality and functional quality). For examples by reading reviews on the Google Play Store and the App Store, such as what matters regarding functional quality and technical quality issues that make their rating bad. From this, GoPay can slowly improve its technical quality and functional quality so that it can influence a person's attitude and behavior so that they become loyal customers.

3. For the consumer they can see data regarding the GoPay e-wallet which by look at the data it can be a reference for e-wallet users to determine which service provider is more suitable for them or which one is better for them to use for daily transactions.

5.3. Research Limitation
1. In the respondent's criteria, the second criteria are only used Gopay at least once in the last year, this is a weakness of this research because it should be more than 3 or 5 in the last year

2. The research carried out was only limited to Indonesia because the object used was e-wallet which is mostly used by Indonesian citizens.

3. The e-wallet used is only GoPay which might give different results if you use other e-wallets or various types of e-wallets in the research.

4. The variables used in this research are limited, which makes it possible to produce different results if other variables are added.

5. Even though this research is using Theory Planned Behavior, this research hasn't investigated the effect from Attitudinal Customer Loyalty to Behavioral Customer Loyalty.

5.4. Suggestion For Future Research

1. For further research, can implement this research in other countries that use e-wallets for daily transaction.

2. For further research can add or replace this research object with other existing e-wallets such as ShopeePay, Dana, or another international e-wallet.

3. For further research, more variables can be used to moderate the study, such as duration of service usage, marketing channels, and regulatory framework. This will provide more comprehensive insights into customer behavior in the digital era.

4. For further research can add the effect from Attitudinal Customer Loyalty to Behavioral Customer Loyalty.
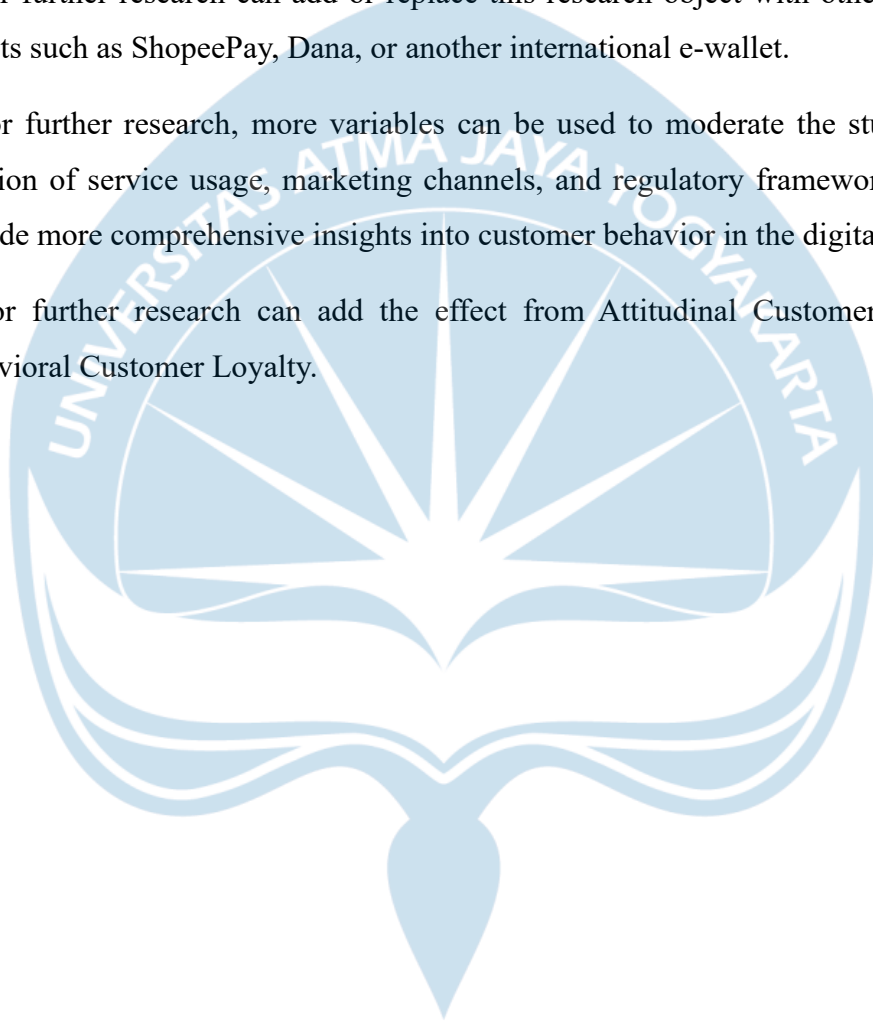
REFERENCES

Ajina, A. S., Joudeh, J. M. M., Ali, N. N., Zamil, A. M., & Hashem, T. N. (2023). The effect of mobile-wallet service dimensions on customer satisfaction and loyalty: An empirical study. *Cogent Business and Management*, *10*(2). https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2229544

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Akhmadi, M., & Martini, E. (2020). E-Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo. *Jurnal Mitra Manajemen*, *4*, 708–720. https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.385

Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK (Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer)*, *4*(2), 11. https://doi.org/10.33395/remik.v4i2.10532

Bhatnagar, S. B., Mishra, J. K., & Syed, A. A. (2019). Customer disloyalty in retail banking services: attitudinal and behavioural dimensions. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, *11*(1), 46–67. https://doi.org/10.1108/APJBA-08-2018-0124

Birch-Jensen, A., Gremyr, I., & Halldórsson, Á. (2020). Digitally connected services: Improvements through customer-initiated feedback. *European Management Journal*, *38*(5), 814–825. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.03.008

Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Wiley. https://books.google.co.id/books?id=nkv1xwEACAAJ

Bravo, R., Montaner, T., & Pina, J. M. (2009). The role of bank image for customers versus non-customers. *International Journal of Bank Marketing*, *27*(4), 315–334. https://doi.org/10.1108/02652320910968377

Budianto, A. (2019). Customer Loyalty: Quality of Service. *Journal of Management Review*, *3*(1), 299. https://doi.org/10.25157/jmr.v3i1.1808

Budianto, A. (2019). Customer Loyalty: Quality of Service. *Journal of Management Review*, *3*(1), 299. https://doi.org/10.25157/jmr.v3i1.1808

Cachero-Martínez, S., & Vázquez-Casielles, R. (2021). Building consumer loyalty through e-shopping experiences: The mediating role of emotions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *60*, 102481. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102481

Cham, T. H., Cheah, J. H., Memon, M. A., Fam, K. S., & László, J. (2022). Digitalization and its impact on contemporary marketing strategies and practices. In *Journal of Marketing Analytics* (Vol. 10, Issue 2, pp. 103–105). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/s41270-022-00167-6

Cham, T. H., Cheah, J. H., Memon, M. A., Fam, K. S., & László, J. (2022). Digitalization and its impact on contemporary marketing strategies and practices. In *Journal of Marketing Analytics* (Vol. 10, Issue 2, pp. 103–105). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/s41270-022-00167-6

Chidume Anetoh, J., Adaeze Okafor, C., Obinna Ewuzie, C., & Nnamdi Okeke, L. (2022). Service Quality Dimensions and Their Influences on Customer Satisfaction: Evidence from New Generation Banks in Nigeria. In *Research Journal of Management Practice |* (Vol. 2, Issue 1). www.ijaar.orgwww.ijaar.org

Conforto, R. (2019). **WSX-European Waste Services Exchange, Instrument to Start the Transition Towards Circular Economy*. http://ec.europa.eu/environment/resource_efficiency/

Darmanah, G. (2019.). *Metodologi Penelitian*. www.hira-tech.com

Dhasan, D., & Kowathanakul, S. (2021). The Impact of Service Quality Promotions and Customer Engagement in Determining Customer Loyalty in the Thai Mobile Network Industry α conference titled "Building Customer Loyalty Through Service Quality, Customer Engagement and Commitment in Thai Mobile Network Service." In *ABAC Journal* (Vol. 41, Issue 1). http://www.yozzo.com/news-and-information/mvno-mobile-operator-s/mobile-market-

Dick, A. S., & Basu, K. (1994). *Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework*.

Dr. Ria Sandra Alimbudiono, D. E. M. S. C. (2019). *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. Jakad Media Publishing. https://books.google.co.id/books?id=2hH5DwAAQBAJ

Fianto, B. A., Gan, C., Widiastuti, T., & Sukmana, R. (2020). Customer loyalty to Islamic banks: Evidence from Indonesia. *Cogent Business and Management*, *7*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1859849

Ginantra, N. L. W. S. R., Simarmata, J., Purba, R. A., Tojiri, M. Y., Duwila, A. A., Siregar, M. N. H., Nainggolan, L. E., Marit, E. L., Sudirman, A., & Siswanti, I. (2020). *Teknologi finansial: Sistem finansial berbasis teknologi di era digital*. Yayasan Kita Menulis.

Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, *18*(4), 36–44. https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784

Handayani, D. F. R., PA, R. W., & Nuryakin, N. (2021). The influence of e-service quality, trust, brand image on Shopee customer satisfaction and loyalty. *Jurnal Siasat Bisnis*, *25*(2), 119–130. https://doi.org/10.20885/jsb.vol25.iss2.art3

Haryanto, B., Farih, M., & Hariningsih, E. (2022). INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS ISSUES Analysis of Technical Service Quality in Increasing Customer Loyalty and Satisfaction: Study Broadband Internet Service in Indonesia. In *International Journal of Economics and Business Issues* (Vol. 1, Issue 1).

Hawkins, K., & Vel, P. (2013). Attitudinal loyalty, behavioural loyalty and social media: An introspection. *The Marketing Review*, *13*. https://doi.org/10.1362/146934713X13699019904605

Henao Colorado, L. C., & Tavera Mesías, J. F. (2022a). Understanding Antecedents of Consumer Loyalty toward an Emerging Country's Telecommunications Companies. *Journal of International Consumer Marketing*, *34*(3), 270–297. https://doi.org/10.1080/08961530.2021.1951917

Henao Colorado, L. C., & Tavera Mesías, J. F. (2022b). Understanding Antecedents of Consumer Loyalty toward an Emerging Country's Telecommunications Companies. *Journal of International Consumer Marketing*, *34*(3), 270–297. https://doi.org/10.1080/08961530.2021.1951917

Herhausen, D., Kleinlercher, K., Verhoef, P. C., Emrich, O., & Rudolph, T. (2019). Loyalty Formation for Different Customer Journey Segments. *Journal of Retailing*, *95*(3), 9–29. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretai.2019.05.001

Indradewa, R., & Hadi, D. P. (2019). *The Service Quality Effect on Corporate Reputation, Customers Satisfaction, and Loyalty*. https://www.researchgate.net/publication/354753850

Kang, G. Du. (2006). The hierarchical structure of service quality: Integration of technical and functional quality. *Managing Service Quality*, *16*(1), 37–50. https://doi.org/10.1108/09604520610639955

Kang, G. Du, & James, J. (2004). Service quality dimensions: An examination of Grönroos's service quality model. *Managing Service Quality: An International Journal*, *14*(4), 266–277. https://doi.org/10.1108/09604520410546806

Khaleel, A., & Sayah, H. (2020). The effect of technical quality in improving the performance of the Iraqi universitise. *Management Science Letters*, *10*(13), 3057–3062. https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.5.018

Khan, R. U., Salamzadeh, Y., Iqbal, Q., & Yang, S. (2022). The Impact of Customer Relationship Management and Company Reputation on Customer Loyalty: The Mediating Role of Customer Satisfaction. *Journal of Relationship Marketing*, *21*(1), 1–26. https://doi.org/10.1080/15332667.2020.1840904

Kukuh Argitama, D., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk GoPay (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek di Kota Semarang.

Kumar, V., Shah, D., & Venkatesan, R. (2006). Managing retailer profitability-one customer at a time! *Journal of Retailing*, *82*(4), 277–294. https://doi.org/10.1016/j.jretai.2006.08.002

Lai, P.-L., Hyunmi, J., Mingjie, F., & Ke, P. (2021). Determinants of customer satisfaction with parcel locker services in last-mile logistics. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, *38*. https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2021.11.002

Le, D.-N., Kumar, R., Mishra, B., Khari, M., & Chatterjee, J. (2019). *Cyber Security in Parallel and Distributed Computing*. https://doi.org/10.1002/9781119488330

Liana, P., Jaensson, J.-E., & Mmari, G. (2023). Service quality dimensions as predictors of customer loyalty in mobile payment services: moderating effect of gender. *Future Business Journal*, *9*(1). https://doi.org/10.1186/s43093-023-00277-2

Linardi, E. (2020). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty dengan *Overall Customer Satisfaction* Sebagai *Variabel Intervening* di BCA Rungkut Surabaya.

Mansouri, H., Sadeghi Boroujerdi, S., & Md Husin, M. (2022). The influence of sellers' ethical behaviour on customer's loyalty, satisfaction and trust. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, *26*(2), 267–283. https://doi.org/10.1108/SJME-09-2021-0176

McDonald, C. B., & Heydenrych, I. (2022). The Importance of Functional Quality in Patient Satisfaction: Cosmetic Injectable Patient Experience Exploratory Study—Part 2. *Aesthetic Surgery Journal Open Forum*, *4*. https://doi.org/10.1093/asjof/ojac044
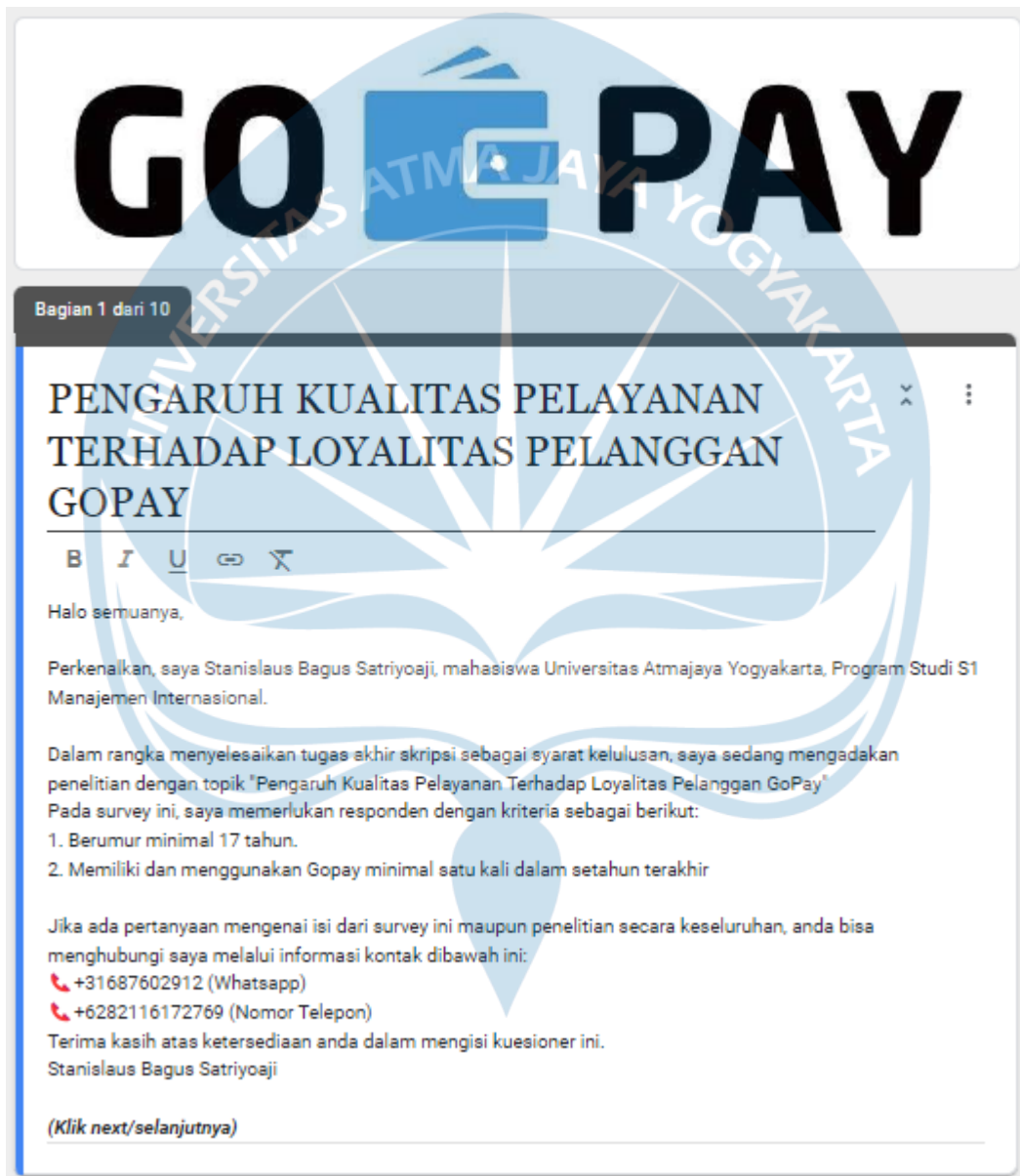
Medberg, G., & Grönroos, C. (2020). Value-in-use and service quality: do customers see a difference? *Journal of Service Theory and Practice*, *30*(4/5), 507–529. https://doi.org/10.1108/JSTP-09-2019-0207

Melián-Alzola, L., & Martín-Santana, J. D. (2020). Service quality in blood donation: satisfaction, trust and loyalty. *Service Business*, *14*(1), 101–129. https://doi.org/10.1007/s11628-019-00411-7

Mittal, E., & Kaur, N. (2023). Building E-Loyalty Towards Online Food Delivery Apps: A Serial-Mediation Model. *Asian Academy of Management Journal*, *28*(1), 139–161. https://doi.org/10.21315/aamj2023.28.1.6

Närvänen, E., Kuusela, H., Paavola, H., & Sirola, N. (2020). A meaning-based framework for customer loyalty. *International Journal of Retail and Distribution Management*, *48*(8), 825–843. https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2019-0153

Nawangasari, S., Nadea, D., & Putri, D. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah MATRIK*, *22*(1).

Ni'mah, R., & Yuliana, I. (2020). E-Wallet: Sistem Pembayaran Dengan Prinsip Hifzul Maal. *JURNAL EKONOMI SYARIAH*, *5*(2), 52–66. https://doi.org/10.37058/jes.v5i2.2016

Nyagadza, B., Mazuruse, G., Muposhi, A., & Chigora, F. (2022). Effect of hotel overall service quality on customers' attitudinal and behavioural loyalty: perspectives from Zimbabwe. *Tourism Critiques: Practice and Theory*, *3*(1), 42–71. https://doi.org/10.1108/TRC-12-2021-0026

Pratiwi, L., Sunaryo, S., & Mugiono, M. (2021). The effect of e-service quality on e-loyalty mediated by e-trust and brand image variables. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, *10*(6), 56–62. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i6.1364

Ridhwan, R. M., Moko, W., & Hadiwidjojo, D. (2021). The impact of e-brand experience on e-brand loyalty mediated e-brand love and e-brand trust. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, *10*(3), 132–138. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i3.1154

Ridhwan, R. M., Moko, W., & Hadiwidjojo, D. (2021). The impact of e-brand experience on e-brand loyalty mediated e-brand love and e-brand trust. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, *10*(3), 132–138. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i3.1154

Rita, O., & Trimulyani, F. M. (2022). SATISFACTION SERTA DAMPAKNYA PADA CUSTOMER LOYALTY. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *10*(1).

Robb, G., & Paelo, A. (2020). Competitive dynamics of telecommunications markets in South Africa, Tanzania, Zambia, and Zimbabwe. In *Competitive dynamics of telecommunications markets in South Africa, Tanzania, Zambia, and Zimbabwe* (Vol. 2020, Issue 83). UNU-WIDER. https://doi.org/10.35188/UNU-WIDER/2020/840-5

Salem, M. Z., Baidoun, S., & Walsh, G. (2019). Factors affecting Palestinian customers' use of online banking services. *International Journal of Bank Marketing*, *37*(2), 426–451. https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2018-0210

Sampurna, P. A., & Miranti, T. (2022). The Effect of Service Quality, Banking Digitalization, and Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, *12*(1), 303. https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.1138

Saragih, M. H., Widjaja, E., & Marchia, Q. (2023). Examining the Determinants of Sakuku User Loyalty In Jakarta. *Journal of System and Management Sciences*, *13*(1), 305–322. https://doi.org/10.33168/JSMS.2023.0117

Sharma, N., & Patterson, P. G. (1999). The impact of communication effectiveness and service quality on relationship commitment in consumer, professional services. *Journal of Services Marketing*, *13*(2), 151–170. https://doi.org/10.1108/08876049910266059

Sofia Silviana, N., Rofiaty, & Puspaningrum, A. (2022). The effect of customer experience of trust and e-service quality on customer loyalty with customer satisfaction as a research mediation variable in Tokopedia e-commerce. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, *11*(6), 600–608. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i6.1971

Sunarsono, R. J. (2019). The Parceling of Loyalty: Brand Quality, Brand Affect, and Brand Trust Effect on Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty. In *Article in Academy of Strategic Management Journal*. https://www.researchgate.net/publication/331486024

Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, *8*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847

Teeroovengadum, V. (2022). Service quality dimensions as predictors of customer satisfaction and loyalty in the banking industry: moderating effects of gender.

European Business Review, *34*(1), 1–19. https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0270

Tegambwage, A. G., & Kasoga, P. S. (2022). Antecedents of customer loyalty in Islamic banking: evidence from Tanzania. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *13*(4), 701–713. https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2021-0288

Terapan Ilmu Ekonomi, J., dan Bisnis, M., Sila, I., Yusi, S., Administrasi Bisnis, J., & Negeri Sriwijaya, P. (2021). Analisis Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Kayuagung Analysis of Customer Satisfaction at The PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kayuagung Branch. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, *1*(4). http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb

Uzir, Md. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, R., Thiam Hock, R. L., Aljaberi, M. A., Hasan, N., & Hamid, M. (2021). The effects of service quality, perceived value and trust in home delivery service personnel on customer satisfaction: Evidence from a developing country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *63*, 102721. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102721

Wu, H.-C., Cheng, C.-C., & Hussein, A. S. (2019). What drives experiential loyalty towards the banks? The case of Islamic banks in Indonesia. *International Journal of Bank Marketing*, *37*(2), 595–620. https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2018-0101

Zarei, G., Asgarnezhad Nuri, B., & Noroozi, N. (2019). The effect of Internet service quality on consumers' purchase behavior: The role of satisfaction, attitude, and purchase intention. *Journal of Internet Commerce*, *18*(2), 197–220. https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1585724

APPENDIX 1

QUESTIONNAIRE

Bagian 1 dari 10

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOPAY

Halo semuanya,

Perkenalkan, saya Stanislaus Bagus Satriyoaji, mahasiswa Universitas Atmajaya Yogyakarta, Program Studi S1 Manajemen Internasional.

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai syarat kelulusan, saya sedang mengadakan penelitian dengan topik "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan GoPay"
Pada survey ini, saya memerlukan responden dengan kriteria sebagai berikut:
1. Berumur minimal 17 tahun.
2. Memiliki dan menggunakan Gopay minimal satu kali dalam setahun terakhir

Jika ada pertanyaan mengenai isi dari survey ini maupun penelitian secara keseluruhan, anda bisa menghubungi saya melalui informasi kontak dibawah ini:
📞 +31687602912 (Whatsapp)
📞 +6282116172769 (Nomor Telepon)
Terima kasih atas ketersediaan anda dalam mengisi kuesioner ini.
Stanislaus Bagus Satriyoaji

(Klik next/selanjutnya)

Kriteria Kuesioner

Deskripsi (opsional)

Umur *

○ 17 tahun keatas

○ Dibawah 17 tahun

Setelah bagian 2   Lanjutkan ke bagian berikut

Kriteria Kuesioner

Deskripsi (opsional)

Apakah anda memiliki dan menggunakan Gopay setidaknya satu kali dalam setahun terakhir?   *

○ Ya

○ Tidak

Pertanyaan Mengenai Kualitas Teknis

Keterangan
1 = Sangat tidak setuju
2 = Tidak setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat setuju

Ketika saya menggunakan GoPay, transaksi terselesaikan dengan baik dan lancar. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Transaksi dapat terselesaikan dengan baik di GoPay, tanpa saya harus menghubungi customer service. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Ketika menggunakan GoPay dan saya menghadapi masalah teknis, saya langsung mendapatkan solusi dari customer service. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Pertanyaan Mengenai Kualitas Fungsional

Keterangan
1 = Sangat tidak setuju
2 = Tidak setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat setuju

Setiap saya melakukan transaksi dengan GoPay, transaksi selesai dengan cepat. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Saya mendapatkan layanan GoPay dengan tepat, sesuai ekspektasi saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

GoPay selalu meningkatkan kualitas layanan pelanggan dan jasa yang ditawarkan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Ketika saya menghubungi customer service Gopay, mereka bersedia membantu menyelesaikan permasalahan saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Saya mendapatkan perhatian penuh ketika menghubungi customer service GoPay. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

GoPay selalu meningkatkan kualitas dalam pelayanannya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

GoPay selalu memberi saya informasi penting terbaru. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Pertanyaan Mengenai Kualitas Reputasi

Keterangan
1 = Sangat tidak setuju
2 = Tidak setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat setuju

Menurut saya, GoPay memberikan pelayanan yang sangat baik. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

GoPay adalah layanan dompet digital yang sukses. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

86

Menurut saya, GoPay memberikan banyak kontribusi kepada masyarakat. (Menawarkan kemudahan dalam bertransaksi & Pembayaran QRIS). *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Menurut saya, GoPay memiliki teknologi yang unggul dibanding layanan dompet elektronik lainnya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Menurut saya, GoPay memberikan pelayanan yang tulus kepada para pelanggannya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Menurut saya, GoPay memiliki reputasi yang baik. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Pertanyaan Mengenai Attitudinal Customer Loyalty

Keterangan
1 = Sangat tidak setuju
2 = Tidak setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat setuju

Gopay menjadi pilihan pertama saya ketika melakukan transaksi pembayaran. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Saya menganggap diri saya sebagai pengguna setia GoPay. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Saya akan membagikan informasi tentang GoPay kepada teman, keluarga, orang terdekat, dan rekan kerja. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Pertanyaan Mengenai Behavioral Customer Loyalty

Keterangan
1 = Sangat tidak setuju
2 = Tidak setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat setuju

Saya akan selalu menggunakan GoPay sebagai layanan e-wallet saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Saya akan menggunakan Gopay di saat saya ingin melakukan transaksi selanjutnya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Saya akan berpikir ulang untuk beralih menggunakan e-wallet lain selain GoPay *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Demografi Responden

Deskripsi (opsional)

Jenis Kelamin *

◯ Laki-laki

◯ Perempuan

Usia *

◯ 17-21 tahun

◯ 22-26 tahun

◯ 25-29 tahun

◯ ≥30 tahun
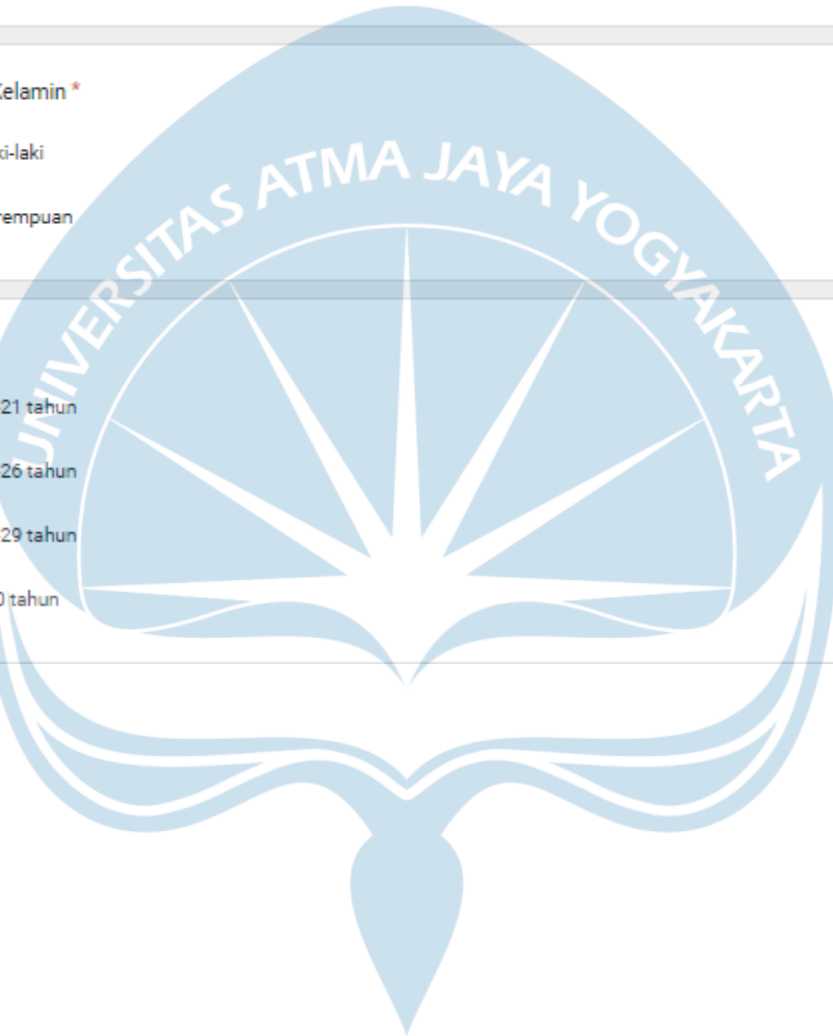
Pendidikan Terakhir *

○ SMP

○ SMA

○ Sarjana (S1)

○ Magister (S2)

○ Doktoral (S3)

Pekerjaan *

○ Mahasiswa/Pelajar

○ Pegawai Swasta

○ Pegawai Negri Sipil

○ Wiraswasta

○ ABRI (TNI/Polisi)

Berapakah pendapatan anda dalam sebulan? *

○ ≤ Rp. 1.000.000

○ Rp. 1.001.000- 2.000.000

○ Rp. 2.001.000- 3.000.000

○ Rp.3.001.000- 4.000.000

○ Rp.4.001.000-5.000.000

○ ≥Rp. 5.001.000

APPENDIX 2

SPREADING THE QUESTIONNAIRE

tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner saya.

Adapun kriteria responden yang dapat mengisi kuesioner ini sebagai berkut:
1. Berumur minimal 17 tahun.
2. Memiliki dan menggunakan Gopay minimal satu kali dalam setahun terakhir.

Link Kuesioner: https://forms.gle/A8rV1aHELEPzF2mj6

Dengan demikian saya Stanislaus Bagus Satriyoaji memohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini, karena bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sangat berarti bagi saya.

Atas ketersediannya dan partisipasinya saya ucapkan banyak terima kasih. Tuhan Memberkati 🙏

GO PAY

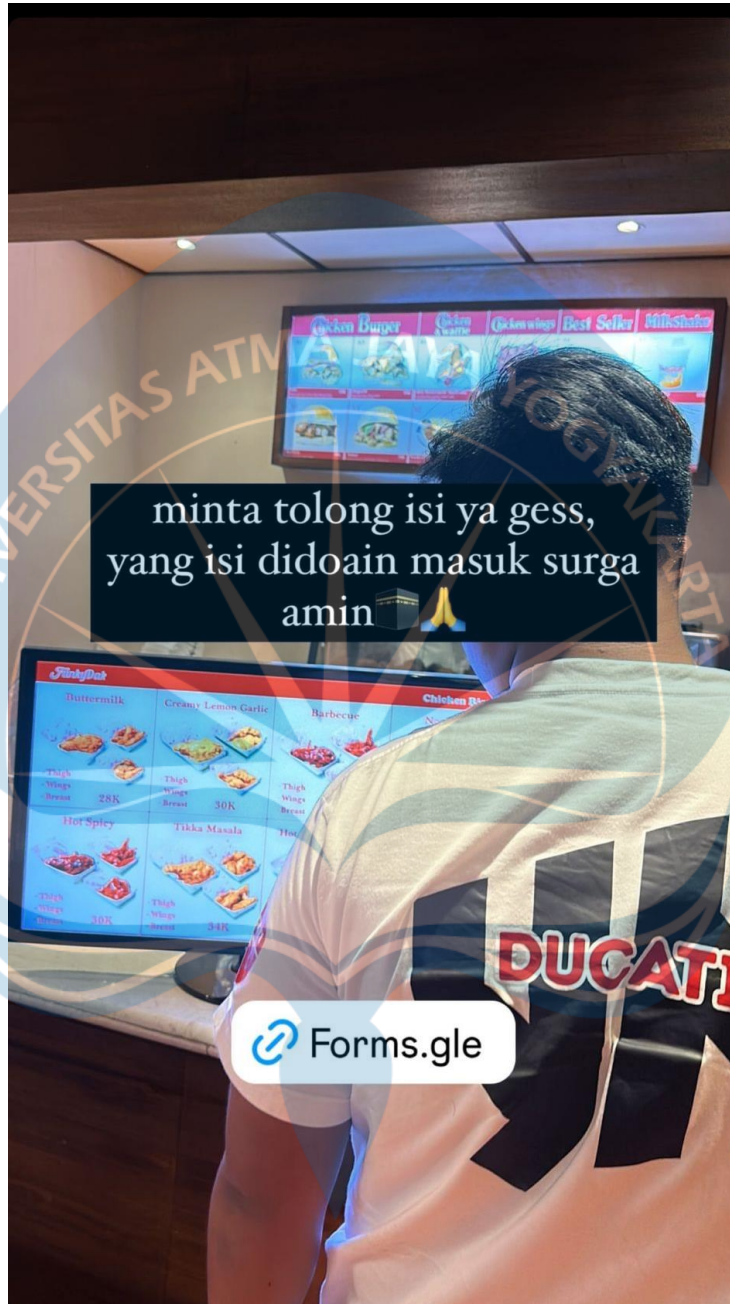PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOPAY

Halo semuanya,

Perkenalkan, saya Stanislaus Bagus Satriyoaji, mahasiswa Universitas Atmajaya Yogyakarta, Program Studi S1 Manajemen Internasional.

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai syarat kelulusan, saya sedang mengadakan penelitian dengan topik "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan GoPay"

Pada survey ini, saya memerlukan responden dengan kriteria sebagai berikut:
1. Berumur minimal 17 tahun.

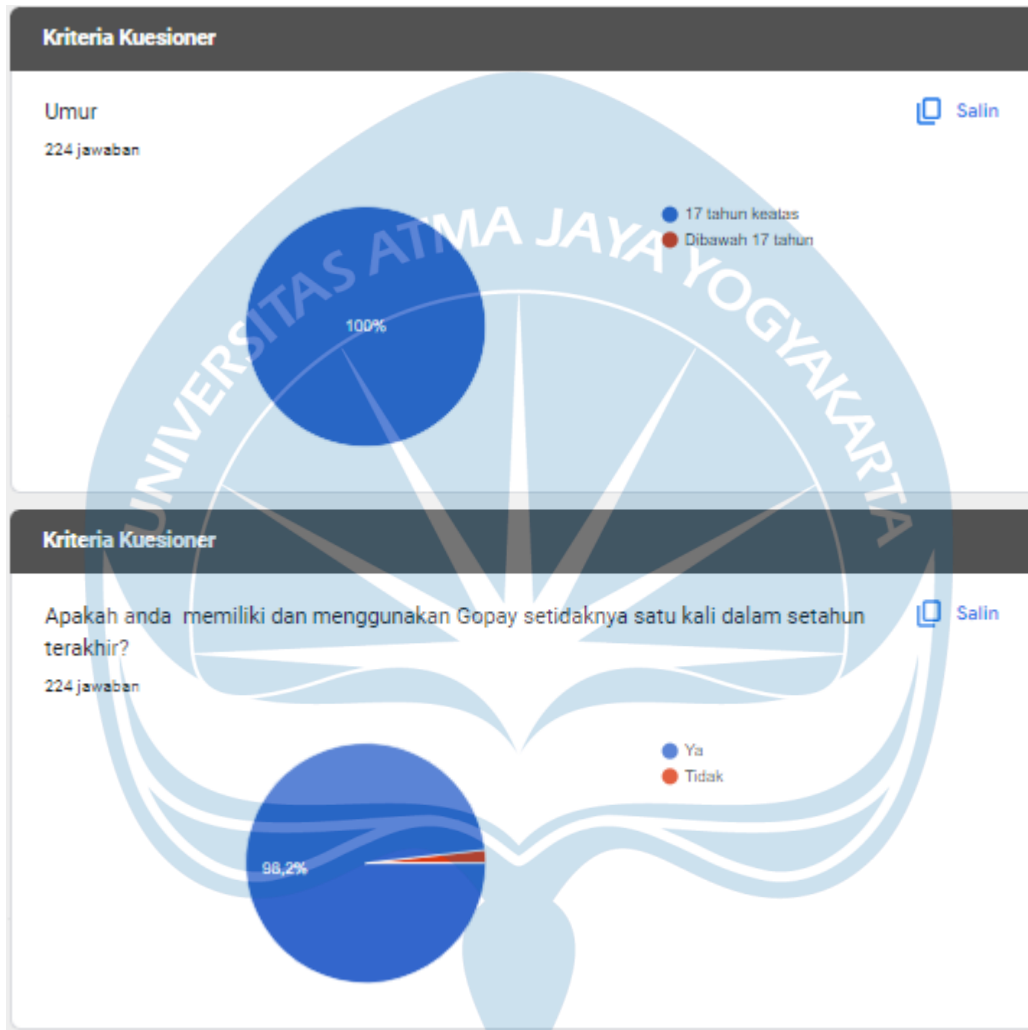**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOY...**
Halo semuanya,

Read
00.48

93

Fri, 24 May

Kepada Responden yang terhormat,

Perkenalkan nama saya Stanislaus Bagus Satriyoaji, Mahasiswa Program Studi Manajemen Internasional, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang digunakan untuk memenuhi tugas akhir skripsi saya dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan GoPay" Dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner saya.

Adapun kriteria responden yang dapat mengisi kuesioner ini sebagai berkut:
1. Berumur minimal 17 tahun.
2. Memiliki dan menggunakan Gopay minimal satu kali dalam setahun terakhir.

Link Kuesioner: https://forms.gle/A8rV1aHELEPzF2mj6

Dengan demikian saya Stanislaus Bagus Satriyoaji memohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini, karena bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sangat

APPENDIX 3

PRIMARY DATA

Kriteria Kuesioner

Umur

224 jawaban

Salin

- 17 tahun keatas
- Dibawah 17 tahun

100%

Kriteria Kuesioner

Apakah anda memiliki dan menggunakan Gopay setidaknya satu kali dalam setahun terakhir?

224 jawaban

Salin

- Ya
- Tidak

98,2%

Pertanyaan Mengenai Kualitas Teknis

Salin

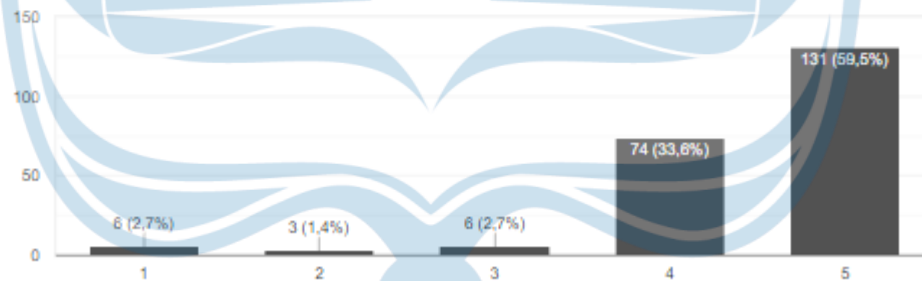Ketika saya menggunakan GoPay, transaksi terselesaikan dengan baik dan lancar.

220 jawaban
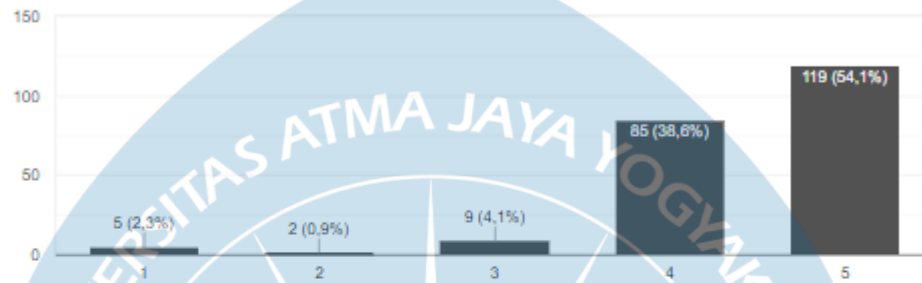
Salin

Transaksi dapat terselesaikan dengan baik di GoPay, tanpa saya harus menghubungi customer service.

220 jawaban

Pertanyaan Mengenai Kualitas Fungsional

Salin

Setiap saya melakukan transaksi dengan GoPay, transaksi selesai dengan cepat.

220 jawaban
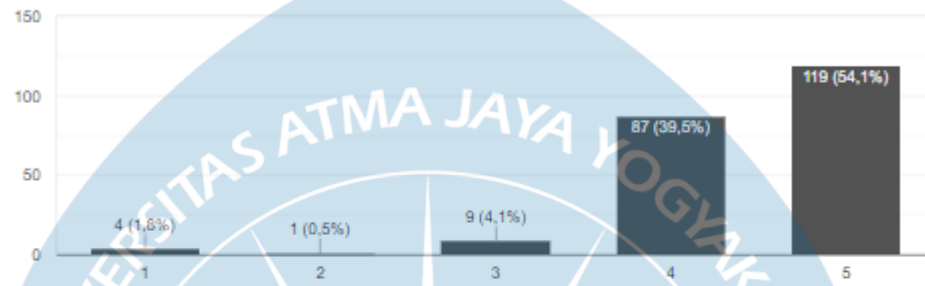
Salin

Saya mendapatkan layanan GoPay dengan tepat, sesuai ekspektasi saya.

220 jawaban
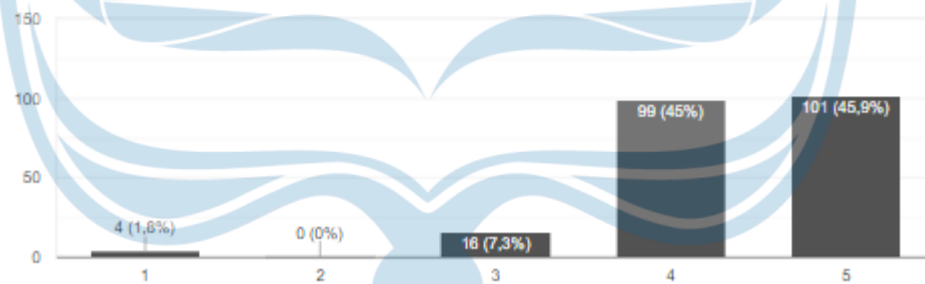
GoPay selalu meningkatkan kualitas layanan pelanggan dan jasa yang ditawarkan.

220 jawaban

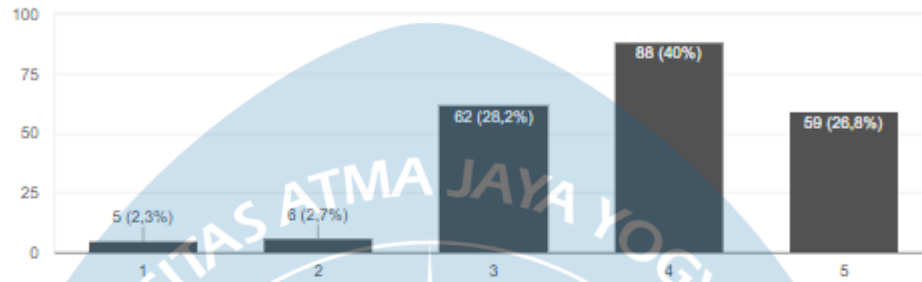Ketika saya menghubungi customer service Gopay, mereka bersedia membantu menyelesaikan permasalahan saya.
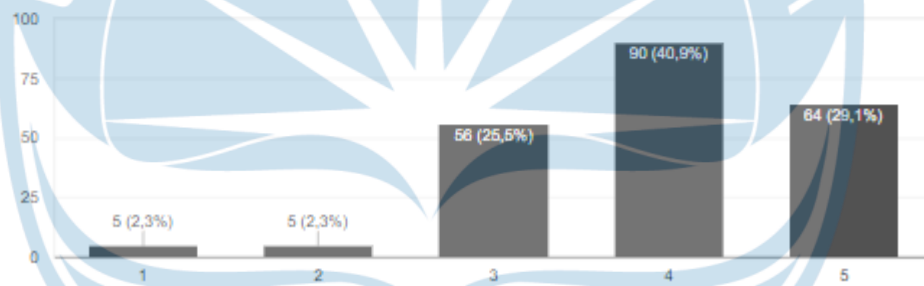
220 jawaban

Saya mendapatkan perhatian penuh ketika menghubungi customer service GoPay.
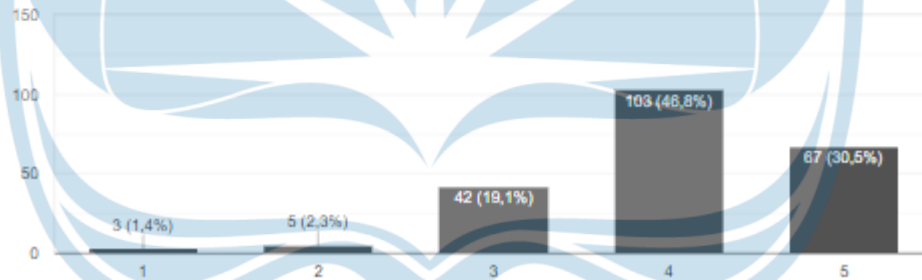
220 jawaban

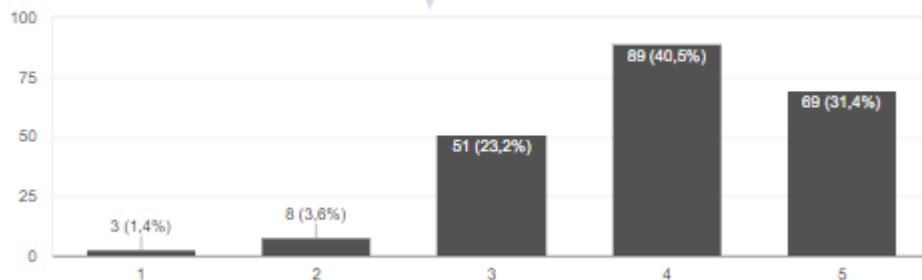

GoPay selalu meningkatkan kualitas dalam pelayanannya.

220 jawaban

GoPay selalu memberi saya informasi penting terbaru.
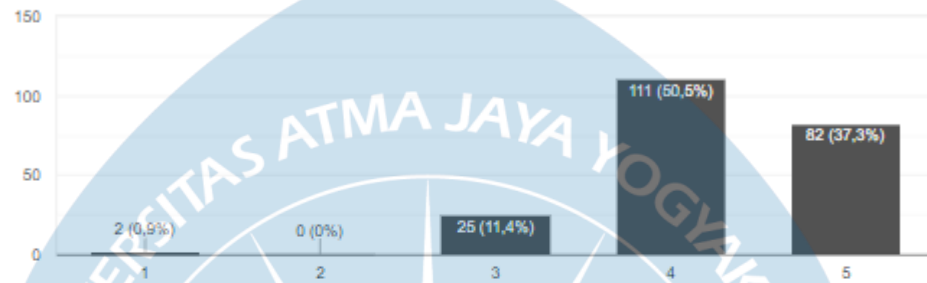
220 jawaban

Pertanyaan Mengenai Kualitas Reputasi

Salin

Menurut saya, GoPay memberikan pelayanan yang sangat baik.
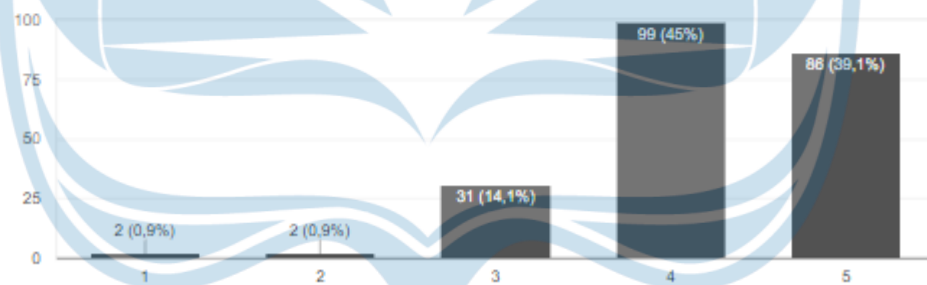
220 jawaban

GoPay adalah layanan dompet digital yang sukses.

Salin

220 jawaban

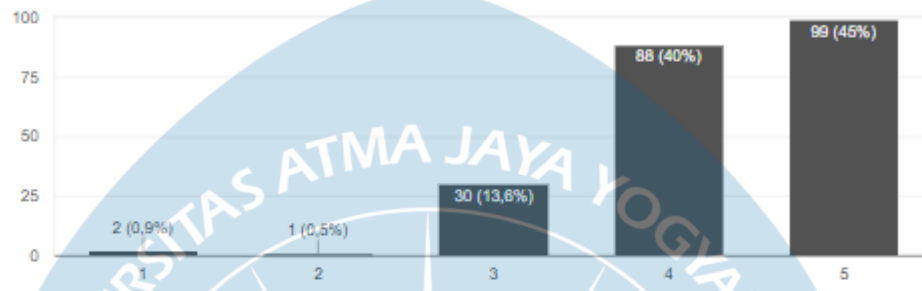Menurut saya, GoPay memberikan banyak kontribusi kepada masyarakat. (Menawarkan kemudahan dalam bertransaksi & Pembayaran QRIS).

220 jawaban

Menurut saya, GoPay memiliki teknologi yang unggul dibanding layanan dompet elektronik lainnya.
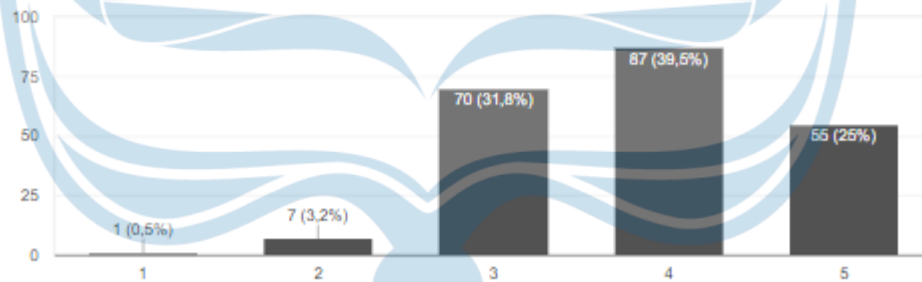
220 jawaban

Menurut saya, GoPay memberikan pelayanan yang tulus kepada para pelanggannya.
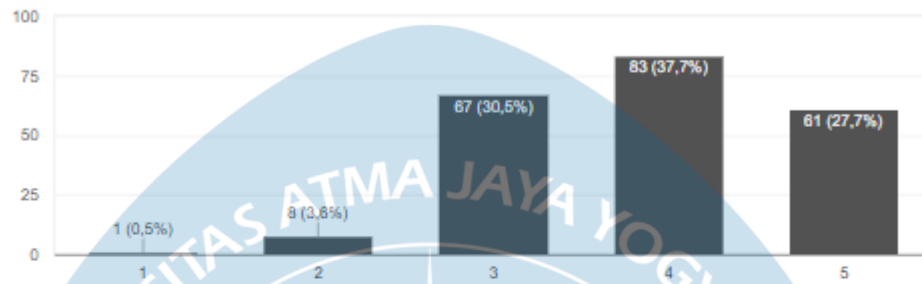
220 jawaban

Menurut saya, GoPay memiliki reputasi yang baik.
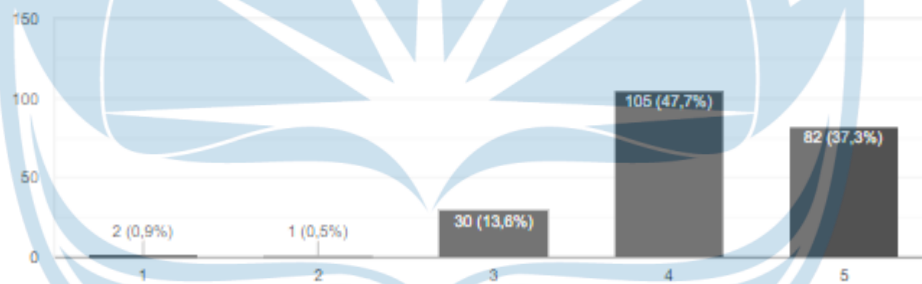
220 jawaban

Pertanyaan Mengenai Attitudinal Customer Loyalty

Gopay menjadi pilihan pertama saya ketika melakukan transaksi pembayaran.

Salin

220 jawaban
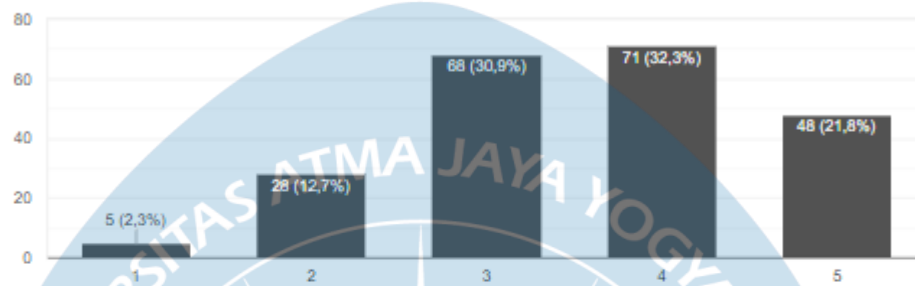
Saya menganggap diri saya sebagai pengguna setia GoPay.

Salin

220 jawaban
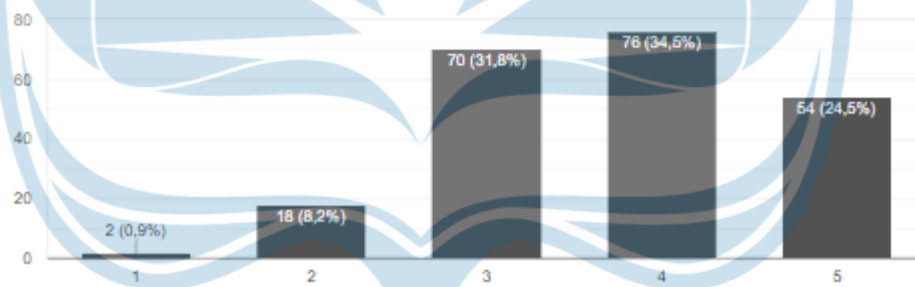
Saya akan membagikan informasi tentang GoPay kepada teman, keluarga, orang terdekat, dan rekan kerja.

220 jawaban

Pertanyaan Mengenai Behavioral Customer Loyalty

Saya akan selalu menggunakan GoPay sebagai layanan e-wallet saya.

220 jawaban

Saya akan menggunakan Gopay di saat saya ingin melakukan transaksi selanjutnya.

220 jawaban

Saya akan berpikir ulang untuk beralih menggunakan e-wallet lain selain GoPay

220 jawaban

Demografi Responden

Jenis Kelamin

220 jawaban

Legend:
- Laki-laki
- Perempuan

Perempuan 123 (55,9%)
44,1%

Usia

220 jawaban

Legend:
- 17-21 tahun
- 22-26 tahun
- 25-29 tahun
- ≥30 tahun

77,7%
8,2%
12,3%

Pendidikan Terakhir

220 jawaban

- SMP
- SMA
- Sarjana (S1)
- Magister (S2)
- Doktoral (S3)

16,8%

7,3%

54,5%

21,4%

Pekerjaan

220 jawaban

- Mahasiswa/Pelajar
- Pegawai Swasta
- Pegawai Negri Sipil
- Wiraswasta
- ABRI (TNI/Polisi)

20%

28,8%

16,4%

35%

Berapakah pendapatan anda dalam sebulan?

220 jawaban

- ≤ Rp. 1.000.000
- Rp. 1.001.000- 2.000.000
- Rp. 2.001.000- 3.000.000
- Rp.3.001.000- 4.000.000
- Rp.4.001.000-5.000.000
- ≥Rp. 5.001.000

60,9%

13,2%

108

Cap wakt	Umur	Apakah a	TQ1	TQ2	TQ3	FQ1	FQ2	FQ3	FQ4	FQ5	FQ6	FQ7	RQ1	RQ2	RQ3	RQ4	RQ5	RQ6	ACL1	ACL2	ACL3	BCL1	BCL2	BCL3	Jenis Kel	Usia	Pendidik	Pekerjaa	Berapakah pendapatan and
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Perempu	â‰¥30 ta	Magister	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	5	3	5	5	3	3	3	3	4	5	5	5	3	4	5	2	3	5	3	2	4	Perempu	17-21tah	SMA	Mahasisw	â‰¤Rp. 1.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	Perempu	17-21tah	SMA	Mahasisw	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	2	4	3	3	3	2	Perempu	17-21tah	SMA	Mahasisw	Rp. 1.001.000- 2.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	Perempu	17-21tah	Sarjana (	Mahasisw	Rp. 2.001.000- 3.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	Perempu	17-21tah	SMA	Mahasisw	Rp. 2.001.000- 3.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	2	5	3	2	3	3	Perempu	17-21tah	Sarjana (	Mahasisw	Rp.3.001.000- 4.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	Perempu	17-21tah	SMA	Mahasisw	Rp. 2.001.000- 3.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	Laki-laki	22-26 tal	SMA	Mahasisw	â‰¤Rp. 1.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	Laki-laki	22-26 tal	SMA	Mahasisw	â‰¤Rp. 1.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	Laki-laki	22-26 tal	Sarjana (	Mahasisw	Rp. 2.001.000- 3.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	2	3	3	3	3	3	Perempu	17-21tah	SMA	Mahasisw	â‰¤Rp. 1.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	Perempu	17-21tah	SMA	Mahasisw	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	Laki-laki	22-26 tal	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	Laki-laki	22-26 tal	SMA	Mahasisw	Rp. 2.001.000- 3.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	Laki-laki	17-21tah	SMA	Mahasisw	â‰¤Rp. 1.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	Perempu	17-21tah	SMA	Mahasisw	Rp. 1.001.000- 2.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	2	3	4	4	1	1	2	2	4	4	5	5	2	4	5	4	3	4	4	2	Laki-laki	â‰¥30 ta	Magister	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	Perempu	â‰¥30 ta	Magister	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	Laki-laki	â‰¥30 ta	Magister	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	Laki-laki	â‰¥30 ta	SMA	Wiraswas	â‰¤Rp. 1.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	5	3	5	4	5	5	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	5	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	Rp. 1.001.000- 2.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	Laki-laki	â‰¥30 ta	Magister	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	2	3	3	2	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	Rp. 2.001.000- 3.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	1	4	1	3	3	1	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	Rp. 1.001.000- 2.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	5	4	3	2	4	2	4	3	1	2	2	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp.3.001.000- 4.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	3	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	Perempu	â‰¥30 ta	SMA	Wiraswas	Rp.3.001.000- 4.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	1	1	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	4	2	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	3	4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp. 1.001.000- 2.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	Perempu	â‰¥30 ta	SMA	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp.3.001.000- 4.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	1	5	4	3	1	1	3	3	4	4	5	5	1	4	5	5	5	3	4	3	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	Rp.3.001.000- 4.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	Laki-laki	22-26 tal	SMA	Mahasisw	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	3	3	5	3	3	3	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	Laki-laki	17-21tah	SMA	Mahasisw	â‰¤Rp. 1.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Laki-laki	â‰¥30 ta	Magister	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	2	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	2	2	2	1	1	1	Perempu	â‰¥30 ta	Doktoral (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp. 1.001.000- 2.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Doktoral (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	2	5	3	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	3	5	2	2	4	2	2	2	Perempu	â‰¥30 ta	Magister	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	Laki-laki	â‰¥30 ta	Doktoral (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	4	1	1	2	2	1	3	2	3	2	2	4	Laki-laki	â‰¥30 ta	Magister	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	5	5	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	Perempu	â‰¥30 ta	Magister	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	5	3	3	4	3	3	5	3	3	4	2	4	5	4	5	5	3	3	2	Perempu	â‰¥30 ta	Magister	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	2	2	2	3	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Laki-laki	22-26 tal	SMA	Pegawai	Rp. 2.001.000- 3.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Laki-laki	â‰¥30 ta	SMA	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	Rp. 2.001.000- 3.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	2	3	1	Laki-laki	â‰¥30 ta	Magister	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¤Rp. 1.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	1	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	3	5	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	5	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	SMA	Pegawai	Rp.3.001.000- 4.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	4	3	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	1	1	1	1	1	1	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	4	3	Perempu	â‰¥30 ta	SMA	Pegawai	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	Perempu	17-21tah	SMA	Pegawai	Rp.3.001.000- 4.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	3	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	Laki-laki	22-26 tal	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Magister	Wiraswas	Rp.3.001.000- 4.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	Laki-laki	22-26 tal	Sarjana (	Mahasisw	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	2	Laki-laki	â‰¥30 ta	Magister	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	Laki-laki	â‰¥30 ta	Doktoral (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	SMA	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	1	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	SMA	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp.3.001.000- 4.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	1	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	Laki-laki	â‰¥30 ta	Magister	Pegawai	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Wiraswas	Rp.3.001.000- 4.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	Rp.4.001.000-5.000.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	Perempu	22-26 tal	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	Perempu	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000
2024/05/	17 tahun	Ya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	2	2	1	3	3	3	Laki-laki	â‰¥30 ta	Sarjana (	Pegawai	â‰¥Rp. 5.001.000

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

110

Structural Model

Bootstrapping Data

FQ -> ACL	0.003	-0.010	0.124	0.023	**0.982**
FQ -> BCL_	0.146	0.132	0.125	1.163	**0.245**
RQ -> ACL	0.698	0.715	0.105	6.670	**0.000**
RQ -> BCL_	0.527	0.548	0.103	5.115	**0.000**
TQ -> ACL	-0.089	-0.087	0.076	1.169	**0.243**
TQ -> BCL_	-0.048	-0.049	0.091	0.527	**0.599**

Path Coefficient
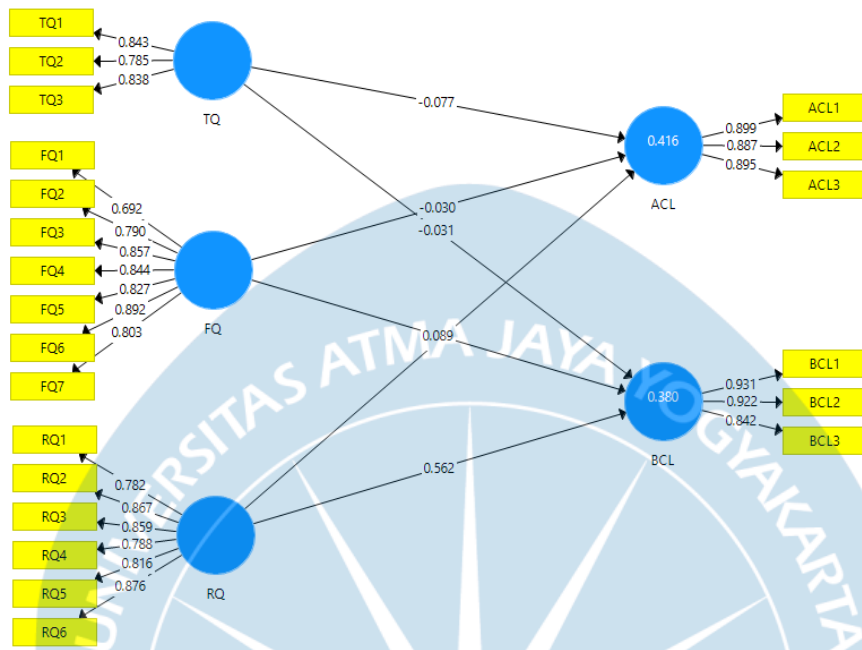
PLS Data

	No.	Missing	Mean	Median	Min	Max	Standard Devia...	Excess Kurtosis	Skewness
TQ1	1	0	4.414	5.000	1.000	5.000	0.807	5.713	-2.040
TQ2	2	0	4.459	5.000	1.000	5.000	0.844	6.228	-2.270
TQ3	3	0	3.805	4.000	1.000	5.000	0.992	0.073	-0.611
FQ1	4	0	4.436	5.000	1.000	5.000	0.757	6.108	-1.997
FQ2	5	0	4.332	4.000	1.000	5.000	0.765	4.622	-1.627
FQ3	6	0	4.100	4.000	1.000	5.000	0.836	0.823	-0.848
FQ4	7	0	3.923	4.000	1.000	5.000	0.914	0.694	-0.746
FQ5	8	0	3.864	4.000	1.000	5.000	0.919	0.485	-0.644
FQ6	9	0	4.027	4.000	1.000	5.000	0.842	1.066	-0.835
FQ7	10	0	3.968	4.000	1.000	5.000	0.901	0.310	-0.687
RQ1	11	0	4.232	4.000	1.000	5.000	0.717	2.311	-0.973
RQ2	12	0	4.205	4.000	1.000	5.000	0.780	1.460	-0.955
RQ3	13	0	4.277	4.000	1.000	5.000	0.781	1.528	-1.051
RQ4	14	0	3.855	4.000	1.000	5.000	0.846	-0.485	-0.217
RQ5	15	0	3.886	4.000	1.000	5.000	0.869	-0.548	-0.279
RQ6	16	0	4.200	4.000	1.000	5.000	0.754	1.684	-0.926
ACL1	17	0	3.586	4.000	1.000	5.000	1.034	-0.592	-0.295
ACL2	18	0	3.736	4.000	1.000	5.000	0.950	-0.565	-0.282
ACL3	19	0	3.600	4.000	1.000	5.000	0.997	-0.280	-0.320
BCL1	20	0	3.486	3.000	1.000	5.000	0.956	-0.142	-0.228
BCL2	21	0	3.677	4.000	1.000	5.000	0.890	-0.315	-0.215
BCL3	22	0	3.341	3.000	1.000	5.000	1.003	-0.268	-0.155

Mean Median Max

	ACL	BCL_	FQ	RQ	TQ
ACL1	0.899				
ACL2	0.887				
ACL3	0.895				
BCL1		0.931			
BCL2		0.922			
BCL3		0.843			
FQ2			0.755		
FQ3			0.861		
FQ4			0.859		
FQ5			0.840		
FQ6			0.901		
FQ7			0.811		
RQ1				0.782	
RQ2				0.867	
RQ3				0.859	
RQ4				0.788	
RQ5				0.816	
RQ6				0.876	
TQ1					0.843
TQ2					0.785
TQ3					0.838

Outer Loading

	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
ACL	0.874	0.876	0.922	0.799
BCL_	0.881	0.890	0.927	0.809
FQ	0.916	0.926	0.934	0.704
RQ	0.911	0.919	0.931	0.692
TQ	0.780	0.845	0.862	0.677

Average Variance Extracted

	ACL	BCL_	FQ	RQ	TQ
ACL	0.894				
BCL_	0.847	0.899			
FQ	0.514	0.545	0.839		
RQ	0.642	0.615	0.826	0.832	
TQ	0.375	0.407	0.735	0.661	0.823

Discriminant Validity

	ACL	BCL_	FQ	RQ	TQ
ACL1	0.899	0.808	0.436	0.546	0.321
ACL2	0.887	0.721	0.448	0.569	0.355
ACL3	0.895	0.743	0.492	0.603	0.329
BCL1	0.783	0.931	0.514	0.579	0.381
BCL2	0.818	0.922	0.511	0.581	0.370
BCL3	0.674	0.843	0.442	0.495	0.347
FQ2	0.341	0.306	0.755	0.696	0.677
FQ3	0.478	0.493	0.861	0.746	0.645
FQ4	0.409	0.462	0.859	0.632	0.627
FQ5	0.348	0.436	0.840	0.636	0.621
FQ6	0.470	0.506	0.901	0.721	0.613
FQ7	0.501	0.496	0.811	0.723	0.556
RQ1	0.413	0.392	0.706	0.782	0.584
RQ2	0.492	0.454	0.697	0.867	0.626
RQ3	0.490	0.434	0.629	0.859	0.546
RQ4	0.585	0.580	0.606	0.788	0.442
RQ5	0.605	0.622	0.737	0.816	0.520
RQ6	0.559	0.515	0.739	0.876	0.606
TQ1	0.262	0.262	0.510	0.542	0.843
TQ2	0.218	0.223	0.543	0.538	0.785
TQ3	0.388	0.444	0.704	0.554	0.838

Cross Loading

	R Square	R Square Adjus...
ACL	0.416	0.408
BCL_	0.384	0.375

Table of R Square

	ACL	BCL_	FQ	RQ	TQ
ACL					
BCL_					
FQ	0.000	0.009			
RQ	0.261	0.141			
TQ	0.006	0.002			

Table of F Square

	SSO	SSE	Q² (=1-SSE/SSO)
ACL	660.000	446.052	0.324
BCL_	660.000	464.032	0.297
FQ	1320.000	1320.000	
RQ	1320.000	1320.000	
TQ	660.000	660.000	

Table of Q Square

	SSO	SSE	Q² (=1-SSE/SSO)
ACL	660.000	287.200	0.565
BCL_	660.000	273.171	0.586
FQ	1320.000	556.112	0.579
RQ	1320.000	582.688	0.559
TQ	660.000	437.029	0.338

Blindfolding

	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
ACL	0.874	0.876	0.922	0.799
BCL_	0.881	0.890	0.927	0.809
FQ	0.916	0.926	0.934	0.704
RQ	0.911	0.919	0.931	0.692
TQ	0.780	0.845	0.862	0.677

Cronbach Alpha and Composite Reliability