

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP PERSEPSI NILAI DAN LOYALITAS PELANGGAN
STUDI PENGGUNAAN *E-MONEY* DIKALANGAN GENERASI Z**

**Skripsi Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
(S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Penulis:
Gerald Wiyoto
200325576**

**2024
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP PERSEPSI NILAI DAN LOYALITAS PELANGGAN
STUDI PENGGUNAAN *E-MONEY* DIKALANGAN GENERASI Z



Nadia Nila Sari, SE., MBA

Tanggal, 6 Juni 2024


Skripsi
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP PERSEPSI NILAI DAN LOYALITAS PELANGGAN
STUDI PENGGUNAAN *E-MONEY* DI KALANGAN GENERASI Z**
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Geraldi Wiyoto
NPM: 20 03 25576

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 3 Juli 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Derajat Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen


SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Wenefrida Mahestu Noviandra
Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Api Adyantari, SA., MBA


Nadia Nila Sari, SE., MBA

Yogyakarta, 15 Juli 2024

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**


Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.


FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN

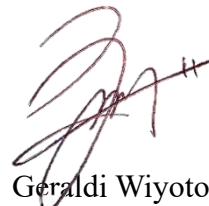
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP PERSEPSI NILAI DAN LOYALITAS PELANGGAN
STUDI PENGGUNAAN *E-MONEY* DIKALANGAN GENERASI Z**

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bebas plagiasi. Apabila tetap terbukti bahwa dalam penulisan skripsi saya melakukan plagiasi atau kecurangan dalam bentuk apapun maka saya bersedia bertanggung jawab untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun sesuai dengan ketentuan yang diberikan Universitas Katolik Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 06 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Gerald Wiyoto

KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat yang diberikan dari awal maka penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP PERSEPSI NILAI DAN LOYALITAS PELANGGAN STUDI PENGGUNAAN *E-MONEY* DIKALANGAN GENERASI Z”** dengan baik. Penulisan tugas akhir ini bertujuan dalam memenuhi salah satu syarat kelulusan dan tentunya dengan memperoleh gelar sarjana Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Katolik Atma Jaya Yogyakarta.

Pada penulisan tugas akhir ini tentunya penulis menyadari keterbatasan yang dimiliki sehingga tentunya dalam segala proses penulisan tugas akhir tidak lupa adanya bimbingan atau arahan, dukungan semangat dan bantuan pihak yang sangat membantu dalam penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini penulis ingin memberikan rasa ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu ada menyertai, melindungi serta menjaga penulis disetiap proses sehingga penulis mampu dalam menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
2. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA selaku dosen pembimbing yang dengan ramah mau membimbing penulis dari awal hingga akhir, dan selalu menjadi dosen mau memberikan waktu, perhatian, tenaga disaat kesibukan beliau sehingga hal ini yang mendorong penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Orang tua penulis yang selalu ada untuk mendukung penulis, yang selalu memberikan doa dan membiayai penulis dari awal hingga akhir.
4. Alm. Lau Lak Nai, Alm. Maria Budjiono, dan Akong serta keluarga besar yang selalu bertanya kapan penulis lulus, hal ini menjadi motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan sesegera mungkin.
5. Selviana selaku pasangan yang selalu menemani, membantu, memperhatikan, dan sangat sabar dalam menemani penyusunan skripsi ini sehingga penulis mampu dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.

6. Eigia Gracia Ginting, Karyn Florencia, Gusfanny, Grisela, Priska dan teman-teman lainnya yang selalu mendukung penulis dan memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat salah kata maupun hal lainnya. Saran dan kritik tentunya akan di terima untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya. Dan harapannya penulisan tugas akhir ini akan berguna bagi pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 06 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Gerald Wiyoto

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
ABSTRAK	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Pembahasan	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Kajian Literatur	12
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Pengembangan Hipotesis	31
2.4. Kerangka Penelitian	38
BAB III	39
METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Objek, Subjek, dan Lokasi Penelitian	39
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.5 Definisi Operasional	42
3.6 Pengukuran Data	49
3.7 Metode Analisis Data	49
BAB IV	56
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Pertanyaan Filter	56
4.2 Hasil Demografi Responden	56

4.3 Hasil Statistik Deskriptif.....	59
4.4 Hasil Analisis Data.....	68
4.5 Pembahasan	74
BAB V.....	79
PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Implikasi Manajerial.....	80
5.3 Keterbatasan Penelitian	84
5.4 Saran Penelitian Kedepannya	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	88
LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	90
LAMPIRAN 2 Kuesioner DarIng (Google Forms)	96
LAMPIRAN 3 Data Responden dan Jawaban Kuesioner.....	104
LAMPIRAN 4 Hasil Olah Data SPSS	123

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Perkembangan Transaksi Menggunakan Uang Elektronik tahun 2020-2023	2
Gambar 1.2 Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi, 2020	3
Gambar 1.3 Uang Elektronik Paling Sering Digunakan Generasi Z	5
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	38

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	42
Tabel 3.2 Kategori Interval Kelas	50
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data	57
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.3 Usia Responden.....	58
Tabel 4.4 Layanan E-Money	58
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Keandalan	59
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Daya Tanggap	60
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Keamanan	61
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi	62
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Desain Aplikasi	62
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Informasi	63
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Empati	64
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga	65
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Manfaat Promosi	66
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Nilai	66
Tabel 4.15 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	67
Tabel 4.16 Regresi Berganda Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Persepsi Nilai	68
Tabel 4.17 Regresi Berganda Dimensi Bauran Pemasaran Terhadap Persepsi Nilai	72
Tabel 4.18 Regresi Sederhana Variabel Persepsi nilai Terhadap Loyalitas Pelanggan	73

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP PERSEPSI NILAI DAN LOYALITAS PELANGGAN
STUDI PENGGUNAAN *E-MONEY* DIKALANGAN GENERASI Z**

Geraldi Wiyoto

Nadia Nila Sari, SE., MBA

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

ABSTRAK

Seiring berkembangnya jaman maka semakin berkembang juga teknologi, salah satunya yaitu keuangan, yang umumnya berupa uang kertas sekarang sudah banyak yang menggunakan uang elektronik, jaman sekarang layanan uang elektronik menjadi suatu hal yang diperhatikan, dikarenakan hal ini memberikan nilai lebih bagi penggunanya, membantu dan memudahkan dalam bertransaksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan bauran pemasaran terhadap persepsi nilai dan loyalitas pelanggan, dalam penelitian ini terdapat sampel sebanyak 180 responden yang diambil melalui penyebaran kuesioner, kriteria responden adalah generasi Z yang berumur 17th-27th, serta pernah menggunakan layanan uang elektronik minimal 1 kali dalam 3 bulan terakhir, serta pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS. Dalam meningkatkan persepsi nilai dan mempertahankan loyalitas pelanggan dalam layanan uang elektronik, maka harus memperhatikan kualitas layanan serta bauran pemasaran. Hasil uji dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keandalan, keamanan, desain aplikasi, dan empati sebagai dimensi dari kualitas layanan berpengaruh terhadap persepsi nilai, dan variabel persepsi harga serta persepsi manfaat promosi dalam dimensi bauran pemasaran berpengaruh terhadap persepsi nilai, terakhir persepsi nilai terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Bauran Pemasaran, Persepsi Nilai, Loyalitas Pelanggan.

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP PERSEPSI NILAI DAN LOYALITAS PELANGGAN
STUDI PENGGUNAAN *E-MONEY* DIKALANGAN GENERASI Z**

Geraldi Wiyoto

Nadia Nila Sari, SE., MBA

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

ABSTRACT

As the era develops, technology is also developing, one of which is finance, which is generally in the form of paper money, now many are using electronic money, nowadays electronic money services are a matter of concern, because this provides more value for its users, helps and facilitates transactions. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and marketing mix on perceived value and customer loyalty, in this study there was a sample of 180 respondents taken through distributing questionnaires, the criteria for respondents were generation Z aged 17-27th, and had used e-money services at least once in the last 3 months, and data processing in this study using SPSS. In increasing perceived value and maintaining customer loyalty in e-money services, it must pay attention to service quality and marketing mix. The test results of this study indicate that the variables of reliability, security, application design, and empathy in the service quality dimension affect perceived value, and the variables of perceived price and perceived promotional benefits in the marketing mix dimension affect perceived value, finally perceived value is proven to affect customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Marketing Mix, Perceived Value, Customer Loyalty.