

**PERBEDAAN LOYALITAS KONSUMEN PADA *E-PAYMENT* TCASH  
BERDASARKAN PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN**

**(Studi Kasus Pada Pengguna *E-Payment* Tcash Di Jakarta Timur)**

***CONSUMER LOYALTY DIFFERENCES IN TCASH E-PAYMENT BASED  
ON PERCEPTION OF BENEFIT, EASE OF USE AND CUSTOMER TRUST***

***(Case Study On E-Payment Users Tcash In East Jakarta)***

**Oleh :**

**Oktaviana**

**2015410118**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Gelar Ilmu Sarjana (S1)**

**Konsentrasi Manajemen Pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2019**

**PERBEDAAN LOYALITAS KONSUMEN PADA *E-PAYMENT* TCASH  
BERDASARKAN PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN**

**DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN**

***CONSUMER LOYALTY DIFFERENCES IN TCASH E-PAYMENT BASED  
ON PERCEPTION OF BENEFIT, EASE TO USE AND CUSTOMER TRUST***

**Oleh**

**Oktaviana**

**2015410118**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi  
Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada**

**Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini Jakarta, 14 Agustus**

2019

Drs. Fauzi Baisyr.MM  
**Pembimbing**

Dr. Firsan Nova  
**Penguji I**

Resa Nurlaela Anwar. SE., MM  
**Penguji II**

Drs. Fauzi Baisyr, MM  
**Penguji III**

Dr. Ir. Mu'man Nuryana, M.Sc  
**Dekan Fakultas Ekonomi**

Dian Anggraeny, S.E., M.Si.  
**Ketua Jurusan Manajemen**

## LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Oktaviana

NIM : 2015410118

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul **“Perbedaan Loyalitas Konsumen Pada *E-Payment* Tcash Berdasarkan Persepsi Manfaat Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Pelanggan”** beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasar kode etik ilmiah.

Jakarta, 14 Agustus 2019

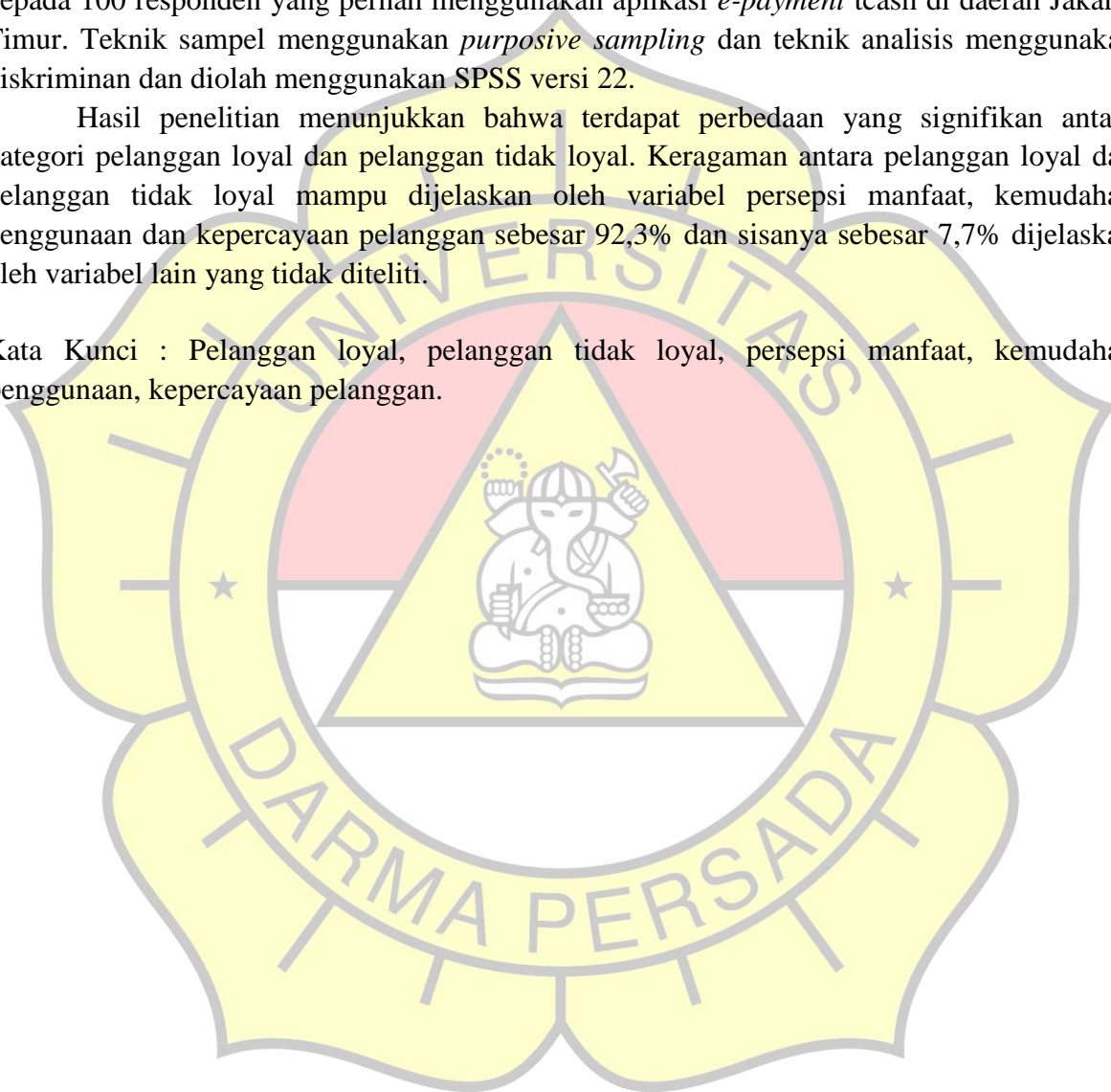
**Oktaviana**  
**NIM: 2015410118**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan yang signifikan loyalitas pelanggan dengan membentuk model diskriminan. Loyalitas pelanggan dibedakan menjadi dua kategori yaitu pelanggan loyal dan pelanggan tidak loyal. Variabel yang mempengaruhi loyalitas adalah persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 responden yang pernah menggunakan aplikasi *e-payment* tcash di daerah Jakarta Timur. Teknik sampel menggunakan *purposive sampling* dan teknik analisis menggunakan diskriminan dan diolah menggunakan SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kategori pelanggan loyal dan pelanggan tidak loyal. Keragaman antara pelanggan loyal dan pelanggan tidak loyal mampu dijelaskan oleh variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan sebesar 92,3% dan sisanya sebesar 7,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Pelanggan loyal, pelanggan tidak loyal, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan pelanggan.

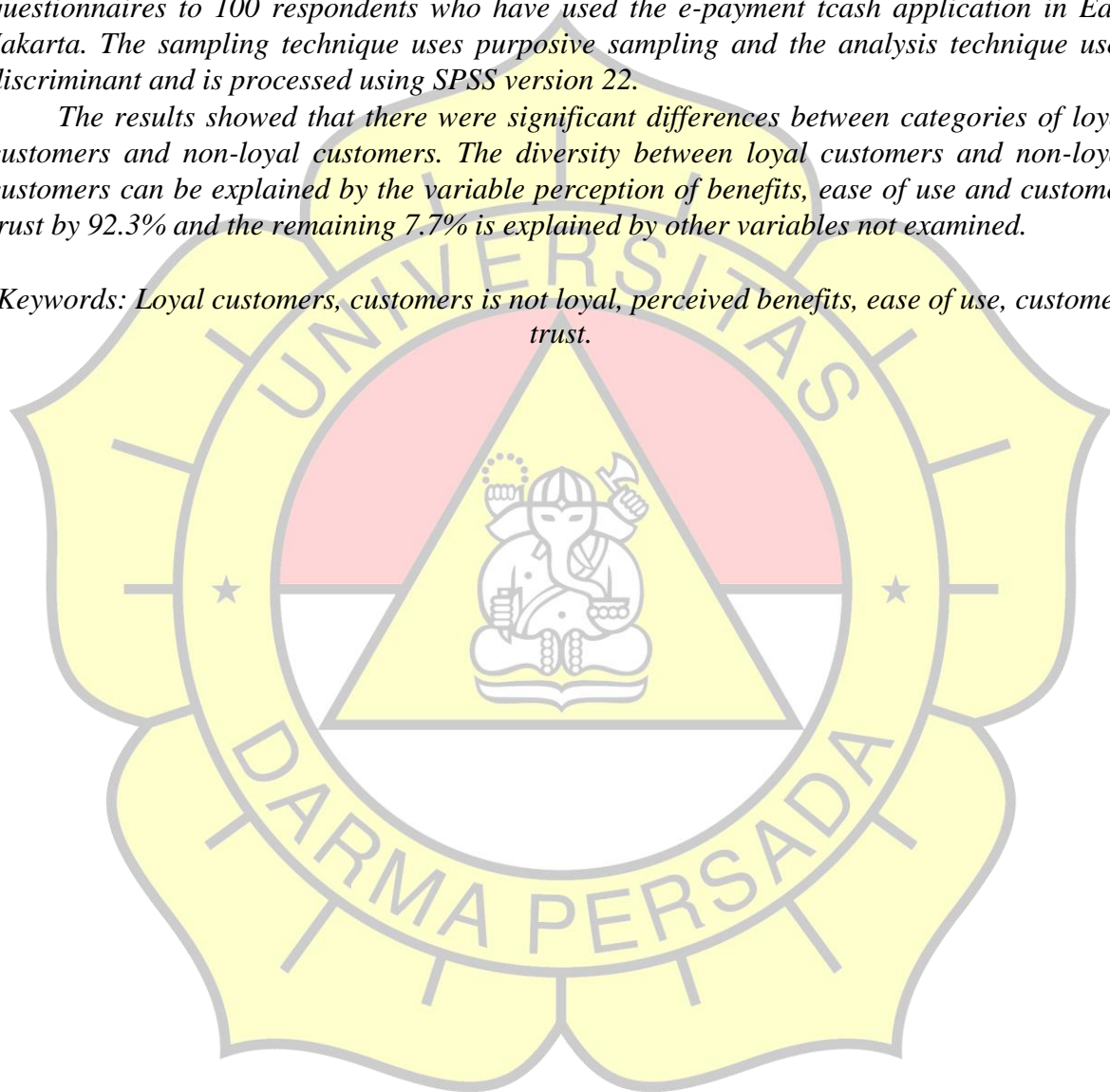


## **ABSTRACT**

*This research was conducted with the aim of finding out the significant differences in customer loyalty by forming a discriminant model. Customer loyalty is divided into two categories, loyal customers and non-loyal customers. Variables that influence loyalty are perceived usefulness, ease of use and customer trust. Data collection method used by giving questionnaires to 100 respondents who have used the e-payment tcash application in East Jakarta. The sampling technique uses purposive sampling and the analysis technique uses discriminant and is processed using SPSS version 22.*

*The results showed that there were significant differences between categories of loyal customers and non-loyal customers. The diversity between loyal customers and non-loyal customers can be explained by the variable perception of benefits, ease of use and customer trust by 92.3% and the remaining 7.7% is explained by other variables not examined.*

*Keywords: Loyal customers, customers is not loyal, perceived benefits, ease of use, customer trust.*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PERBEDAAN LOYALITAS KONSUMEN PADA EPAYMENT TCASH BERDASARKAN PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN”**. Shalawat serta salam

semoga tercurah limpahkan kepada nabi tauladan semua umat yakni nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya dan kita sebagai umatnya yang senantiasa taat menjalankan ajarannya.

Peneliti menyadari telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orangtua, yang selalu memberikan semangat, motivasi, doa serta dukungan baik moril maupun materil, dan selalu menguatkan dalam mengiringi kelancaran serta keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, dan Ayah yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
2. Drs. Fauzi Basyir. MM selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memabantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Firsan Nova selaku Dosen Penguji sekaligus Dosen Pengajar yang telah menguji dan memberikan saran yang baik terhadap skripsi ini.
4. Resa Nurlaela Anwar selaku Dosen Penguji sekaligus Dosen Pengajar yang telah menguji dan memberikan saran yang baik terhadap skripsi ini.
5. Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Dian A. Rahim S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada yang telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sukardi S.E., M.M., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama masa pendidikan.
9. Kaka tersayang, Veni Alfianita yang selalu memberikan semangat dan motivasi, serta seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
10. Prasetiya, yang selalu memberi semangat, menemani dan membantu penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh Sahabatku yang selalu memberikan semangat dan menemani dari awal sampai akhir. Semoga tali silaturahmi kita tetap utuh selamanya.
12. Teman-teman seperjuangan, mahasiswa Manajemen Keuangan angkatan 2015 yang turut mendukung dan menyemangati sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
13. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
14. Seluruh rekan yang selalu bertanya kapan sidang dan wisuda.
15. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penelitian dan penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Demikian laporan skripsi ini dibuat, semoga segala bentuk bantuan yang telah diberikan mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Aamiin.

Jakarta, 14 Agustus 2019

Peneliti

Oktaviana

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah .....	7
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2. Pembatasan masalah.....	8
1.2.3. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
2.1. Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.1. Pengertian Manajemen .....	10
2.1.2. Pengertian Pemasaran .....	11
2.2. Bauran Pemasaran .....	12
2.2.1. Pengertian Bauran Pemasaran .....	12
2.3. <i>E-Payment</i> .....	16
2.3.1. Pengertian <i>E-Payment</i> .....	16



2.3.2. Karakteristik Kesuksesan Metode <i>E-Payment</i> .....	17
2.3.3. Jenis-Jenis <i>E-payment</i> .....	19
2.3.4. Keamanan <i>E-payment</i> .....	20
2.4. Persepsi Manfaat .....	23
2.4.1. Pengertian Persepsi Manfaat .....	23
2.4.2. Dimensi Persepsi Manfaat .....	23
2.5. Kemudahan Transaksi .....	24
2.5.1. Pengertian Kemudahan Transaksi .....	24
2.5.2. Indikator Kemudahan Transaksi .....	25
2.6. Kepercayaan Pelanggan .....	26
2.6.1. Pengertian Kepercayaan Pelanggan .....	26
2.6.2. Indikator Kepercayaan Pelanggan.....	29
2.7. Loyalitas Pelanggan .....	29
2.7.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	29
2.7.2. Tahap Pembentukan Loyalitas Pelanggan .....	31
2.7.3. Meningkatkan Loyalitas Konsumen .....	33
2.7.4. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	34
2.8. Penelitian Terdahulu .....	34
2.9. Kerangka Pemikiran .....	37
2.10. Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1. Metode Penelitian .....	40
3.2. Variabel Operasional .....	42
3.3. Sumber dan Cara Penentuan Data .....	48
3.3.1. Sumber dan Jenis Data .....	48
3.3.2. Lokasi Penelitian .....	49
3.3.3. Cara Penentuan Data .....	49

3.3.4. Teknik Sampling .....	51
3.3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	52
3.5.1. Uji Keabsahan Data .....	52
3.5.2. Uji Asumsi .....	55
3.5.3. Alat Analisis Data .....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	60
4.1.1. Sejarah PT Telekomunikasi Seluler .....	60
4.1.2. Visi dan Misi Telkomsel .....	63
4.2. Hasil Penelitian .....	63
4.2.1. Analisis Profil Responden .....	63
4.3. Hasil Uji Validitas .....	70
4.3.1. Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat .....	71
4.3.2. Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan .....	72
4.3.3. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Pelanggan .....	73
4.4. Hasil Uji Reliabilitas .....	74
4.4.1. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat .....	74
4.4.2. Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan Penggunaan .....	75
4.4.3 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Pelanggan .....	75
4.5. Asumsi Analisis Diskriminan .....	76
4.5.1. Homogenitas <i>Varian/Covarians</i> .....	76
4.6. Analisis Diskriminan .....	77
4.6.1. Uji Kesamaan Rata-rata Kelompok .....	77
4.6.2. Uji Variabel Dominan .....	78
4.6.3. Uji Ketepatan Fungsi .....	80
4.6.4. Uji Akurasi .....	81

4.6.5. Model Persamaan/Fungsi Analisis Diskriminan .....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
5.1. Kesimpulan .....	84
5.2. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>89</b>

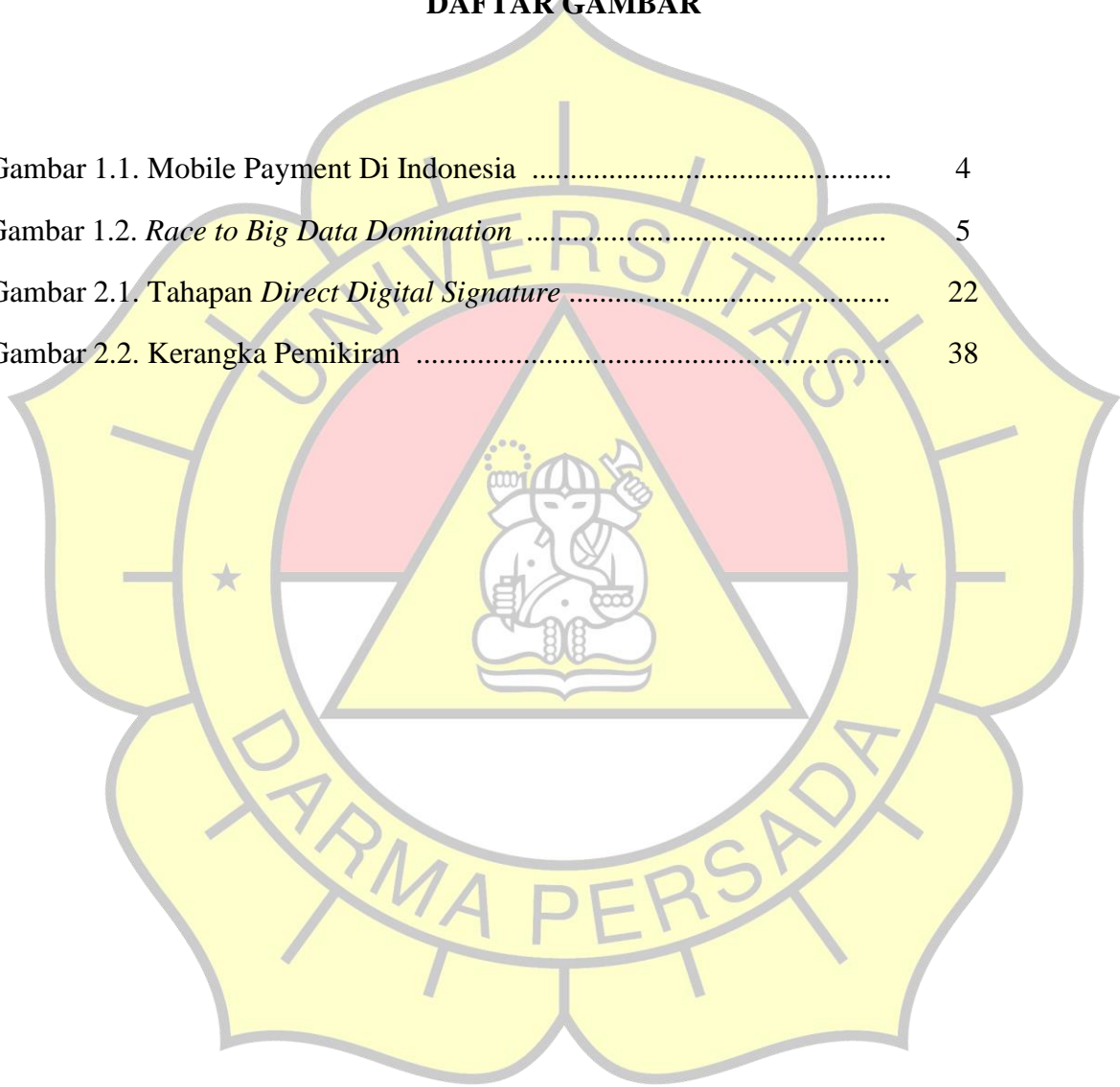
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1. Variabel Operasional .....	43
Tabel 3.2. Skala Likert .....	52
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	64
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	65
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	66
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	67
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	68
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Transaksi Perbulan .....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat .....	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan .....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan .....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat .....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan Penggunaan .....	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan Penggunaan .....	75
Tabel 4.14 Test Results Uji Box's M .....	77
Tabel 4.15 Test of Equality of Group Means .....	77
Tabel 4.16 Eigenvalues .....	78

Tabel 4.17 Sum-Wilks Lambda .....	79
Tabel 4.18 Standardized Canonical Discriminant Function .....	80
Tabel 4.19 Structure Matrix .....	80
Tabel 4.20 Canonical Discriminant Function Coefficients .....	81

### DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Mobile Payment Di Indonesia .....	4
Gambar 1.2. <i>Race to Big Data Domination</i> .....	5
Gambar 2.1. Tahapan <i>Direct Digital Signature</i> .....	22
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran .....	38



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Daftar Riwayat Hidup .....	90
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	91
Lampiran 3 Data Profil Responden .....	97
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner .....	105
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas .....	117
Lampiran 6 Hasil Output Uji Normalitas .....	130
Lampiran 7 Hasil Output Diskriminan .....	131
Lampiran 8 Catatan Konsultasi .....	144

