



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* PROMOSI KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PRODI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGGARAN 2019
PENGGUNA APLIKASI LINKAJA**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

SILA ROHMA NAZILA

201911648

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2023



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* PROMOSI KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PRODI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGGARAN 2019
PENGGUNA APLIKASI LINKAJA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

SILA ROHMA NAZILA

201911648

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* PROMOSI KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PRODI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGGARAN 2019
PENGGUNA APLIKASI LINKAJA**

Nama : Sila Rohma Nazila

NIM : 201911648

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,.....

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



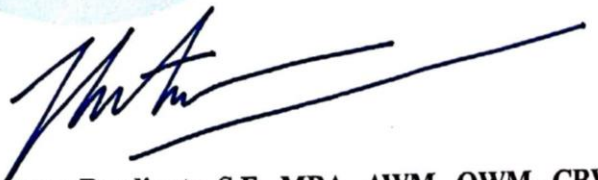
Dr. Drs. Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M
NIDK. 8915210021

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV
NIDN. 0619108502

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO:

1. Jangan takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. Jangan takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah. Jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah kedua (Buya Hamka).
2. Wanita sejati tidak dinilai dari prestasinya tapi bagaimana dia bisa menjadi versi terbaik dari dirinya (Merry Riana).

PERSEMBAHAN:

1. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada kedua orang tua, kakak dan keluarga tercinta.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah swt yang telah memberikan karunianya, kemudahan serta kelancaran pada penulisan skripsi ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari dosen pembimbing dan juga dorongan dari beberapa pihak yang memberikan semangat positif dalam membuat skripsi. Maka dari itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M yang telah membimbing, meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
5. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM,. QWM,. CBV yang telah membimbing, meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya untuk membantu penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak ibu dosen fakultas ekonomi dan bisnis prodi manajemen yang telah mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan satu sama lain selama proses penyelesaian skripsi.
8. Serta semua pihak yang terkait dalam proses penyelesaian ini.

Peneliti sudah berusaha membuat skripsi ini dengan sebaik mungkin. Namun peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti menerima kritik dan juga saran demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi aplikasi LinkAja, pengguna aplikasi LinkAja dan juga peneliti selanjutnya sebagai referensi.

Jepara, 29 Juni 2023



Sila Rohma Nazila

NIM: 201911648

ABSTRAK

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* PROMOSI KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PRODI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGGARAN 2019
PENGGUNA APLIKASI LINKAJA**

**NAMA : Sila Rohma Nazila
NIM : 201911648**

**Pembimbing: 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M
2. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI MANAJEMEN**

Saat ini teknologi yang sedang berkembang pesat adalah dompet digital. Dompet digital yang populer di Indonesia salah satunya adalah LinkAja. Bank Indonesia memprediksi penggunaan dompet digital akan meningkat 17 kali lipat pada tahun 2023. Peningkatan tersebut membuat beberapa pengguna dompet digital LinkAja memiliki beberapa kendala seperti sulitnya *upgrade* akun ke premium, saldo terpotong namun transaksi gagal, serta yang lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* promosi kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada dompet digital LinkAja. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* jenis *purposive sampling* dengan 96 responden pengguna LinkAja. Penelitian ini menggunakan analisis uji satu arah yang diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Teknik pengumpulan data dikumpulkan melalui pengisian kuesioner. Hasil dari penelitian ini adalah 1) *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 3) Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 4) Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 5) *e-service quality* promosi kepercayaan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Dompet Digital LinkAja, *E-Service Quality*, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY PROMOTION TRUST AND
CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY IN ACTIVE
STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM OF MURIA KUDUS UNIVERSITY
CLASS OF 2019 LINKAJA APPLICATION USERS**

NAMA : Sila Rohma Nazila
NIM : 201911648

Pembimbing: 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M
2. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV

MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM

Currently, the technology that is developing rapidly is digital wallets. One of the most popular digital wallets in Indonesia is LinkAja. Bank Indonesia predicts that the use of digital wallets will increase 17 times by 2023. This increase has caused some users of the LinkAja digital wallet to encounter several obstacles, such as the difficulty of upgrading accounts to premium, their balances have been deducted but transactions have failed, and others. This study aims to determine the effect of e-service quality on the promotion of consumer trust and consumer satisfaction on consumer loyalty in the LinkAja digital wallet. The method used in this research is descriptive quantitative. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling with 96 respondents using LinkAja. This study used a one-way test analysis which was processed using the SPSS version 25 application. Data collection techniques were collected by filling out a questionnaire. The result of the study is 1) E-service quality has a positive and significant impact on consumer loyalty. 2) Promotion has a positive and significant impact on consumer loyalty. 3) Consumer beliefs have a positive and significant impact on consumer loyalty. 4) Consumer satisfaction has a positive and significant impact on consumer loyalty. 5) e-service quality, promotion of consumer trust and satisfaction together have a positive and significant effect on consumer loyalty.

Keywords: LinkAja Digital Wallet, E-Service Quality, Promotion, Consumer Trust, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Loyalitas Konsumen.....	15
2.1.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	15

2.1.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen	16
2.1.3 Indikator Loyalitas Konsumen.....	17
2.2 <i>E-Service Quality</i>	19
2.2.1 Pengertian <i>E-Service Quality</i>	19
2.2.2 Indikator <i>E-Service Quality</i>	21
2.3 Promosi.....	23
2.3.1 Pengertian Promosi	23
2.3.2 Tujuan Promosi.....	24
2.3.3 Indikator Promosi	25
2.4 Kepercayaan Konsumen.....	26
2.4.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	26
2.4.2 Karakteristik Kepercayaan Konsumen	28
2.4.3 Jenis Kepercayaan Konsumen	29
2.4.4 Indikator Kepercayaan Konsumen.....	30
2.5 Kepuasan Konsumen.....	32
2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	32
2.5.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	33
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	35
2.7 Pengaruh Antar Variabel	39
2.7.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	39

2.7.2 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen.....	40
2.7.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	40
2.7.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	41
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.9 Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Rancangan Penelitian	45
3.2 Variabel Penelitian	45
3.3 Definisi Operasional Variabel	46
3.3.1 Loyalitas Konsumen	46
3.3.2 <i>E-Service Quality</i>	47
3.3.3 Promosi	49
3.3.4 Kepercayaan Konsumen	50
3.3.5 Kepuasan Konsumen	52
3.4 Jenis dan Sumber Data	53
3.4.1 Jenis Data.....	53
3.4.2 Sumber Data	54
3.5 Populasi dan Sampel	55
3.5.1 Populasi.....	55
3.5.2 Sampel	55

3.6 Pengumpulan Data	57
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	58
3.7.1 Uji Validitas	58
3.7.2 Uji Reliabilitas	59
3.8 Pengolahan Data.....	60
3.9 Analisis Data	61
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	61
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.9.2.1 Uji Normalitas.....	61
3.9.2.2 Uji Multikolonieritas	62
3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda	64
3.9.4 Uji t (Parsial).....	65
3.9.5 Uji F.....	66
3.9.6 Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	69
4.1.1 Sejarah Singkat Dompnet Digital LinkAja.....	69
4.1.2 Visi Misi dan Tujuan LinkAja	72
4.2 Penyajian Data.....	73

4.2.1 Identitas Responden.....	73
4.2.2 Data Variabel Penelitian	75
4.3 Uji Instrumen.....	80
4.3.1 Uji Validitas.....	80
4.3.2 Uji Reliabilitas	82
4.4 Analisis Data	83
4.4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	83
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	89
4.4.3 Analisis Regresi	92
4.4.4 Uji Parsial (Uji t).....	93
4.4.5 Uji F	95
4.4.6 <i>Adjusted R Square</i>	96
4.5 Pembahasan	97
4.5.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	97
4.5.2 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen.....	98
4.5.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	99
4.5.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	100
4.4.5 Pengaruh Variabel (X1, X2, X3, X4) Terhadap Loyalitas Konsumen	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103

5.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	111



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Fitur Dan Layanan Yang Ditawarkan LinkAja.....	5
Tabel 1. 2 Keluhan Pengguna LinkAja di Google Play Store.....	6
Tabel 1. 3 Keluhan Pengguna LinkAja di Instagram.....	8
Tabel 2. 1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	58
Tabel 4. 1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4. 2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4. 3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi.....	74
Tabel 4. 4 Frekuensi Variabel E-Service Quality.....	75
Tabel 4. 5 Frekuensi Variabel Promosi.....	76
Tabel 4. 6 Frekuensi Variabel Kepercayaan Konsumen.....	77
Tabel 4. 7 Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen.....	78
Tabel 4. 8 Frekuensi Variabel Loyalitas Konsumen.....	79
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	80
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	82
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	83
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif E-Service Quality.....	84
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Promosi.....	85
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Kepercayaan Konsumen.....	86
Tabel 4. 15 Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen.....	87
Tabel 4. 16 Statistik Deskriptif Loyalitas Konsumen.....	88
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolonieritas.....	90
Tabel 4. 18 Tabel Uji Glejser.....	91
Tabel 4. 19 Analisis Regresi.....	92
Tabel 4. 20 Uji t.....	93
Tabel 4. 21 Uji F.....	95
Tabel 4. 22 Adjusted R Square.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 E-Walet Yang Paling Sering Dipakai.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	43
Gambar 4. 1 Logo LinkAja	71
Gambar 4. 2 Kerjasama LinkAja	72
Gambar 4. 3 Histogram.....	89
Gambar 4. 4 P-P Plot.....	89
Gambar 4. 5 Scatterplot.....	91