

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
BRAND TRUST SERTA DAMPAKNYA PADA *REPURCHASE INTENTION*: STUDI KASUS PADA KONSUMEN *E-WALLET* GENERASI
Z DI JAKARTA**

DWI ASRI NINGRUM

1705617103



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE TOWARD
BRAND TRUST AND ITS IMPACT ON REPURCHASE INTENTION: CASE
STUDY ON GENERATION Z E-WALLET CONSUMERS IN JAKARTA***

DWI ASRI NINGRUM

1705617103



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is Written as One of The Requirements for Getting a Bachelor's
Degree of Management at The Faculty of Economics State University of
Jakarta*

STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2022

ABSTRAK

Dwi Asri Ningrum, 2022; Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Image* Terhadap *Brand Trust* Serta Dampaknya Pada *Repurchase Intention*: Studi Kasus Pada Konsumen *E-Wallet* Generasi Z di Jakarta. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. dan Agung Kresnamurti Rivai P., S.T, M.M. Penelitian ini memiliki tujuan 1) untuk melakukan uji pengaruh bersignifikan *service quality* terhadap *brand trust*, 2) untuk melakukan uji pengaruh bersignifikan *brand image* terhadap *brand trust*, 3) untuk melakukan uji pengaruh bersignifikan *brand trust* terhadap *repurchase intention*, 4) untuk melakukan uji pengaruh bersignifikan *service quality* terhadap *repurchase intention*, 5) untuk melakukan uji pengaruh bersignifikan *brand image* terhadap *repurchase intention*, 6) untuk melakukan uji pengaruh bersignifikan *service quality* terhadap *repurchase intention* melalui *brand trust* sebagai *intervening*, 7) untuk melakukan uji pengaruh bersignifikan *brand image* terhadap *repurchase intention* melalui *brand trust* sebagai *intervening* pada konsumen *e-wallet* generasi Z di Jakarta. Metode dalam mengumpulkan data bermetodekan survei yang instrumennya yakni kuesioner. Sampel pada penelitian ini yaitu 300 responden konsumen generasi Z yang berumur 17 sampai dengan 26 tahun di wilayah Jakarta yang sudah pernah melakukan transaksi maupun pembayaran melalui aplikasi *e-wallet* paling sedikit lima kali pada rentang waktu sebulan terakhir. Teknik dalam analisis data memakai SPSS yang versi 25 serta SEM dari paket statistik LISREL yang versi 8.8 agar dapat olah dan analisis data hasil dari penelitian. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menyatakan seluruh hipotesis mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan.

Kata Kunci: *service quality*, *brand image*, *brand trust*, *repurchase intention*, konsumen *e-wallet* generasi Z di Jakarta

ABSTRACT

Dwi Asri Ningrum, 2022; The Effect of Service Quality and Brand Image Toward Brand Trust and Its Impact on Repurchase Intention: Case Study on Generation Z E-Wallet Consumers in Jakarta. Thesis, Jakarta: Marketing Management Concentration, S1 Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory Team: Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., and Agung Kresnamurti Rivai P., S.T, M.M. This study has the objectives of 1) to test the significant effect of service quality on brand trust, 2) to test the significant effect of brand image on brand trust, 3) to test the significant effect of brand trust on repurchase intention, 4) to test the significant effect of service quality on repurchase intention, 5) to test the significant effect of brand image on repurchase intention, 6) to test the significant effect of service quality on repurchase intention through brand trust as an intervening, 7) to test the significant effect of brand image on repurchase intention through brand trust as an intervention on Generation Z e-wallet consumers in Jakarta. The method in collecting data is a survey method whose instrument is a questionnaire. The sample in this study were 300 respondents of Generation Z consumers aged 17 to 26 years in the Jakarta area who had made transactions or payments through the e-wallet application at least five times in the last month. The technique in data analysis uses SPSS version 25 and SEM from the LISREL statistical package version 8.8 to process and analyze data from research results. The results of hypothesis testing in this study stated that all hypotheses had a positive and significant effect.

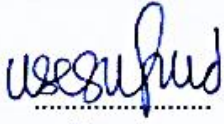


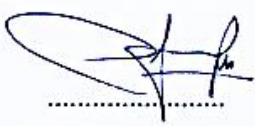
Keywords: *service quality, brand image, brand trust, repurchase intention, generation Z e-wallet consumers in Jakarta*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd.
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP. 197002122008121001 (Ketua Penguji)		<u>3 Desember 2021</u>
2	Andi Muhamad Sadat, S.E, M.Si. NIP. 197412212008121001 (Penguji 1)		<u>14 Desember 2021</u>
3	Rahmi, S.E., M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Penguji 2)		<u>20 Desember 2021</u>
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 1)		<u>2 Desember 2021</u>
5	Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M. NIP. 197404162006041001 (Pembimbing 2)		<u>2 Desember 2021</u>

Nama : Dwi Asri Ningrum
No. Registrasi : 1705617103
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 1 Desember 2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

- a. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
- b. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
- c. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 31 Desember 2021

Yang membuat pernyataan


Dwi Asri Ningrum

No. Reg 1705617103

LEMBAR PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dwi Asri Ningrum
NIM : 1705617103
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat email : dwiasriningrum8@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH SERVICE QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND TRUST

SERTA DAMPAKNYA PADA REPURCHASE INTENTION: STUDI KASUS PADA

KONSUMEN E-WALLET GENERASI Z DI JAKARTA

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 02 Februari 2022


METERAI
EMPEL
430AUC62340198
(Dwi Asri Ningrum)

KATA PENGANTAR

Rasa syukur sebesar-besarnya peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat serta karunia-Nya peneliti bisa merampungkan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Image* terhadap *Brand Trust* Serta Dampaknya Pada *Repurchase Intention*: Studi Kasus Pada Konsumen *E-Wallet* Generasi **Z di Jakarta**”** ini dibuat agar menjalani salah satu dari syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Berbagai dukungan, bimbingan, arahan, dan koreksi diterima peneliti selama penulisan skripsi. Jika tidak ada pertolongan dan dorongan banyak pihak, mungkin peneliti tidak bisa merampungkan skripsi. Oleh karenanya, peneliti menuturkan banyak terima kasih kepada diantaranya:

- 1) Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. sebagai Dekan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- 2) Dr. Suherman, S.E., M. Si. sebagai Koordinator pada Program Studi S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- 3) Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing pertama yang sering mengajarkan serta mengarahi kepada peneliti saat kesulitan ketika pengerjaan skripsi.
- 4) Agung Kresnamurti Rivai P., S.T, M.M. sebagai dosen pembimbing kedua yang sering mengajarkan serta mengarahi kepada peneliti saat kesulitan ketika pengerjaan skripsi.

- 5) Semua Dosen serta Staf FE UNJ yang sangat berkontribusi dalam memberikan ilmu-ilmu serta bantuan saat masa kuliah.
- 6) Ketua Sidang serta Penguji Ahli yang sudah berikan kritikan dan masukan supaya skripsi ini lebih bagus.
- 7) Kedua orang tua yaitu Bapak Aris Muhjatno serta Ibu Neneng Kurnianingsih atas doanya, telah memberikan arah, dorongan, dan *support* moril ataupun keuangan sehingga penulis bisa merampungkan skripsi.
- 8) Kakak Arnia Putri dan Adik Arman Zabran Saputra yang sudah mendukung, menyemangati, membantu dan mendoakan penulis.
- 9) Keluarga Ocim serta Iim dan semua saudara yang membantu membantu dan mendoakan penulis.
- 10) Semua teman Manajemen C 2017 yang selalu bisa melewati suka ataupun duka bersama saat kuliah.
- 11) Semua teman BPM FE UNJ senantiasa mengarahkan, mendukung, serta mendoakan selama penelitian.
- 12) Sahabat-sahabat penulis khususnya, Kakak Randhika, Aura, Auren, Febyola, Merry, Fikka, Youana, Syahla, Sagita, Sohwa, dan Lula yang sudah membantu dan mendoakan selama penelitian.
- 13) Pihak-pihak yang banyak terlibat pada penelitian yang tidak bisa dijabarkan satu-satu dengan tanpa mengurangi rasa hormat.

Pada penyusunan skripsi ini terdapat beberapa kekurangan. Apabila ada kekeliruan penulisan, penulis membuka diri atas saran serta kritik yang bisa membuat skripsi ini lebih bagus lagi kedepannya. Akhir kata diharapkan skripsi ini bisamemberikan banyak manfaat untuk kita semuanya.

Bekasi, 20 Mei 2021

Dwi Asri Ningrum

NIM 1705617103



DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
LEMBAR PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	23
1.3 Tujuan Penelitian	23
1.4 Kebaruan Penelitian.....	24
BAB II: KAJIAN PUSTAKA.....	28
2.1 Latar Belakang Teori.....	28
2.2 Kerangka Teori dan Hipotesis.....	53
BAB III: METODE PENELITIAN.....	63
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	63
3.2 Pendekatan Penelitian.....	64

3.3	Populasi dan Sampel.....	66
3.4	Penyusunan Instrumen.....	68
3.5	Skala Pengukuran.....	70
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.7	Teknik Analisis Data.....	72
.BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN.....		78
4.1	Deskripsi Data.....	78
4.2	Pembahasan.....	81
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....		101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Implikasi.....	103
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	104
5.4	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....		106
LAMPIRAN.....		112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peningkatan Pemakai Internet di Dunia Berdasarkan Wilayah	1
Gambar 1. 2 Transaksi Fintek di Indonesia 2015 – 2021	3
Gambar 1. 3 Transaksi Non-Tunai di Dunia Pada Tahun 2019 – 2023	4
Gambar 1. 4 Grafik Pertumbuhan Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia ..5	
Gambar 1. 5 Grafik Metode-Metode Pembayaran Perdagangan elektronik	7
Gambar 1. 6 <i>Service Quality</i> yang Memotivasi <i>Repurchase Intention</i>	8
Gambar 1. 7 <i>E-wallet</i> Teratas di Indonesia.....	11
Gambar 1. 8 Kabupaten/Kota dengan Skala Ekonomi Terbesar di Indonesia.....	15
Gambar 1. 9 Ulasan Buruk 4 <i>E-Wallet</i> Teratas di Indonesia	19
Gambar 1. 10 Penyebab Gen Z Beralih Layanan ke <i>E-Wallet</i> Lainnya.....	20
Gambar 2. 1: Kerangka Pemikiran.....	61
Gambar 3. 1: Pemodelan SEM.....	77
Gambar 4. 1: Model <i>First Order Construct</i> dari <i>Service Quality Variable</i>	89
Gambar 4. 2: Model <i>First Order Construct</i> dari <i>Brand Image Variable</i>	90
Gambar 4. 3: Model <i>First Order Construct</i> dari <i>Brand Trust Variable</i>	91
Gambar 4. 4: Model <i>First Order Construct</i> <i>Repurchase Intention Variable</i>	92
Gambar 4. 5 <i>Full Model</i> dari SEM	93
Gambar 4. 6: <i>T-Values</i> SEM	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Aplikasi <i>E-Wallet</i> Teratas di Indonesia Berdasarkan Total Unduhan ..	13
Tabel 1. 2 Kebaruan Penelitian	25
Tabel 3. 1 Data Responden yang Mengisi Google Form	65
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	69
Tabel 3. 3 Pengukuran Skala Likert	70
Tabel 3. 4 <i>Goodness of Fit Indices</i>	76
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	79
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	80
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	82
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	84
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	85
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i>	86
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	87
Tabel 4. 13 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> dari <i>Service Quality</i>	89
Tabel 4. 14 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> dari <i>Brand Image</i>	90
Tabel 4. 15 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> dari <i>Brand Trust</i>	91

Tabel 4. 16 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> dari <i>Repurchase Intention</i>	92
Tabel 4. 17 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> dari <i>Full Model SEM</i>	94
Tabel 4. 18 Hasil Pengaruh yang Langsung Serta Tidak Langsung	95
Tabel 4. 19 Uji Hipotesis	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	113
Lampiran 2: Surat Keterangan Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah	120
Lampiran 3: Hasil Olah Data Kuesioner.....	124
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas.....	125
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas.....	127
Lampiran 6: <i>Output Goodness of Fit</i>	128
Lampiran 7: Riwayat Hidup Penulis.....	132

