

***INVESTIGATION OF E-CUSTOMER LOYALTY: SURVEI
PELANGGAN FOOD DAN BEVERAGE PENGGUNA MULTI
APLIKASI TRANSAKSI E-WALLET***

BELLA SURYANI

1708821051



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Tesis ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***INVESTIGATION OF E-CUSTOMER LOYALTY: FOOD AND
BEVERAGE CUSTOMER SURVEY MULTI-
APPLICATIONUSERS OF E-WALLET TRANSACTION***

BELLA SURYANI

1708821051



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This Thesis was prepared as one of the requirements to obtain a Master of Management Degree at the Faculty of Economic State University of Jakarta

MANAGEMENT MASTER STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMIC

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *sales promotion*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *trust* pada *e-customer loyalty of payment method* dengan peran intervensi *customer satisfaction* pada transaksi *food* dan *beverage* pada multi aplikasi *e-wallet*. Metode penelitian menggunakan desain penelitian kuantitatif dan data dikumpulkan dengan menggunakan survei elektronik. Teknik sampel menggunakan *convenience sampling*. Secara keseluruhan ada 203 responden yang terlibat dalam penelitian ini, dimana responden tinggal diwilayah Jakarta dan sekitarnya, pengguna *e-wallet* dengan minimal tiga kali transaksi dalam enam bulan terakhir. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software SPSS versi 26 dan AMOS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sales promotion* memiliki pengaruh langsung negatif dan tidak signifikan terhadap *customer satisfaction*, *perceived ease of use* memiliki pengaruh langsung positif dan tidak signifikan terhadap *customer satisfaction*, *perceived usefulness* dan *trust* memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, dan *customer satisfaction* memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty of payment method*.

Kata kunci: *sales promotion*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, *customer satisfaction*, *e-customer loyalty of payment method*.

ABSTRACT

This case study aims to see the effect of sales promotion, perceived ease of use, perceived usefulness, and trust on e-customer loyalty to payment methods with the role is customer satisfaction as an intervening variable in food and beverage transactions in multiple e-wallet applications. The research method used quantitative research and data were collected using an electronic survey. participants were approached by applying a convenient sampling method. In total, 203 participants were involved in this study, who lived in Jakarta and surrounding areas and were e-wallet users with a minimum of three times transactions in the last six months. The data analysis technique used Structural Equation Modeling (SEM) using SPSS version 26 and AMOS version 24 software. The results showed that sales promotion had a direct negative and insignificant effect on customer satisfaction, perceived ease of use had a direct positive and insignificant effect on customer satisfaction, perceived usefulness and trust have a positive and significant direct effect on customer satisfaction, and also customer satisfaction has a positive and significant direct effect on e-customer loyalty of the payment method.

Keywords: sales promotion, perceived ease of use, perceived usefulness, trust, customer satisfaction, e-customer loyalty of payment method.



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 : Bella Suryani
NIM : 1708821051
Fakultas/Prodi : Ekonomi / Magister Manajemen
Alamat email : bellasuryani83@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 :
“*INVESTIGATION OF E-CUSTOMER LOYALTY: SURVEI PELANGGAN FOOD
DAN BEVERAGE PENGGUNA MULTI APLIKASI TRANSAKSI E-WALLET*”

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, 03 Januari 2023

Penulis

(Bella Suryani)

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tesis ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik Magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Tesis ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, Desember 2022



Bella Suryani
1708821051



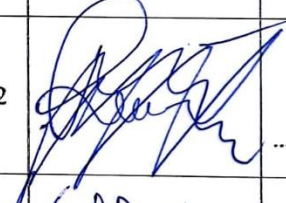


LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi**



Prof. Dr. Ari Saptono, M.Pd
NIP : 197207152001121001

At.

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Agung Wahyu Handaru, S.T., M.M. NIP : 197811272006041001	Ketua Sidang		7/12/2022.
2	Prof. Usep Suhud, M.si., Ph.D NIP : 197002122008121001	Pembimbing 1		02/12/22
3	Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M NIP : 197206272006041001	Pembimbing 2		11/12/2022
4	Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si., M.Si NIP : 197205062006041002	Penguji Ahli 1		13/12/2022
5	Dr. Christian Wiradendi W, SE., MM NIP : 199110182019031014	Penguji Ahli 2		12/12/2022

Nama : Bella Suryani
No.Reg : 1708821051
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 15 November 2022

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberi rahmat, hidayah dan karunia-Nya serta diberi kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan tesis yang berjudul ***“Investigation of E-Customer Loyalty: Survei Pelanggan Food dan Beverage Pengguna Multi Aplikasi Transaksi E-Wallet”***, guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen pada program studi Manajemen di Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian tesis ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada: Orang Tua penulis yaitu Abak, Amak, Pak Ngkek, dan Tante. Selanjutnya kepada Prof. Usep Suhud., Ph.D. selaku pembimbing I dan Prof. Dr. Mohamad Rizan., S.E., M.M. selaku pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan tesis selama ini dari awal hingga tesis ini dapat diselesaikan.

Kiranya penulis berharap tesis ini mudah-mudahan dapat memberi sumbangsih bagi pendidikan yang selalu menghadapi tantangan seiring dengan tututan jaman.

Jakarta, 10 Oktober 2022

Penyusun

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR ORISINILITAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN USTAKA	11
2.1. <i>E-Customer Loyalty</i>	11
2.2. <i>Customer Satisfaction</i>	13
2.3. <i>Sales Promotion</i>	14
2.4. <i>Perceived Ease of Use</i>	15
2.5. <i>Perceived Usefulness</i>	17
2.6. <i>Trust</i>	18
2.7. <i>Review Penelitian Terdahulu</i>	19
2.7.1. <i>Customer Satisfaction terhadap E-Customer Loyalty of Payment Method</i>	19
2.7.2. <i>Sales Promotion terhadap Customer Satisfaction</i>	20
2.7.3. <i>Perceived Ease of Use terhadap Customer Satisfaction</i>	20
2.7.4. <i>Perceived Usefulness terhadap Customer Satisfaction</i>	21
2.7.5. <i>Trust terhadap Customer Satisfaction</i>	21
2.8. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	22

2.9. Model Alternatif.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.2. Desain Penelitian.....	26
3.3. Populasi dan Sampel	27
3.4. Pengembangan Instrumen Penelitian	27
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Deskripsi Data Responden	43
4.2. Analisis Deskriptif	46
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Customer Loyalty of Payment Method</i>	46
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	49
4.2.3. Analisis Deskriptif Variabel <i>Sales Promotion</i>	51
4.2.4. Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	54
4.2.5. Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	56
4.2.6. Analisis Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	59
4.3. Uji Validitas dan Reabilitas Data	61
4.4. Hasil Uji Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	65
4.4.1. Model Awal	65
4.4.2. Modifikasi <i>Fit Model</i>	66
4.4.3. Uji Hipotesis	67
4.5. Pembahasan Uji Analisis Equation Model (SEM).....	70
4.5.1. Pengaruh langsung <i>sales promotion</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	70
4.5.2. Pengaruh langsung <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	72
4.5.3. Pengaruh langsung <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	74
4.5.4. Pengaruh langsung <i>trust</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	75
4.5.5. Pengaruh langsung <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>e-customer loyalty of payment method</i>	77

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Implikasi Manajerial	80
5.3. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	99
KUESIONER.....	99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penetrasi penggunaan E-wallet di Indonesia 2021	3
Tabel 1.2 Survei Kepuasan Pengguna e-wallet	4
Tabel 1.3 Jenis Penawaran Promosi Penjualan e-wallet	5
Tabel 2.1 Pengembangan Hipotesis	23
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	26
Tabel 3.2 Indikator E-Customer Loyalty of Payment Method	28
Tabel 3.3 Indikator Customer Satisfaction	29
Tabel 3.4 Indikator Sales Promotion	30
Tabel 3.5 Indikator Perceived of Use	32
Tabel 3.6 Indikator Perceived Usefulness	33
Tabel 3.7 Indikator Trust	34
Tabel 3.8 Instrumen Skala Penelitian	35
Tabel 3.9 Godness of Fit Index	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	43
Tabel 4.2 Profil Responden	44
Tabel 4.3 Tanggapan Responden pada Customer Loyalty of Payment Method	47
Tabel 4.4 Tanggapan Responden pada Customer Satisfaction	49
Tabel 4.5 Tanggapan Responden pada Sales Promotion	51
Tabel 4.6 Tanggapan Responden pada Perceived Ease of Use	54
Tabel 4.7 Tanggapan Responden pada Perceived Usefulness	56
Tabel 4.8 Tanggapan Responden pada Trust	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	61
Tabel 4.10 Nilai Good of Fit Model Awal	65
Tabel 4.11 Nilai Good of Fit Modifikasi Model	67
Tabel 4.12 Uji Hipotesis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Chart Pemanfaatan E-wallet dalam Keseharian	6
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	22
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian.....	38
Gambar 4.1 Model awal.....	65
Gambar 4.2 Modifikasi Fit Model	66

