

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN PROMOSI TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK APLIKASI E-WALLET LINKAJA (STUDI PADA
MAHASISWA FEB UPN “VETERAN” JAWA TIMUR)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

MAULANA ELGA FARMANUGROHO
1612010289/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR**

2020

SKRIPSI


**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN PROMOSI TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK APLIKASI E-WALLET LINKAJA (STUDI PADA
MAHASISWA FEB UPN "VETERAN" JAWA TIMUR)**

Oleh:

MAULANA ELGA FARMANUGROHO
1612010289/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh
Tim Penguji Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 8 Juli 2020

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**


Sulastri K. Bayuni, SE, MM
NIP. 196206161989032001

Pembimbing Utama


Drs. Ec Pandji Soegiono M.M
NIP. 19641023990031002

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Prof. Dr. Svamsul Huda, SE, MT
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat ilmu kepada peneliti. Tiada daya dan kekuatan selain dari pada-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Perpindahan Merek Pada Aplikasi E-Wallet LinkAja (studi pada mahasiswa FEB Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur”** Adapun maksud dari penyusunan proposal skripsi ini adalah guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penelitian ini tidak akan pernah selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karenanya pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, peneliti menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya dan sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Drs. Syamsul Huda, MT selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE, MM. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Drs.Ec. Pandji Soegiono, M.M. selaku Dosen Pembimbing atas segala kesabaran, arahan dan bimbingan yang telah diberikan kepada peneliti selama mengikuti kegiatan akademis dan selama penyusunan usulan penelitian ini.
5. Kepada pihak aplikasi e-wallet LinkAja yang telah bersedia untuk dijadikan objek penelitian.
6. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Program Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Kedua orang tua saya Suparman dan Sri Soetrismi serta kakak saya Ike Farmawanti, terima kasih atas segala dukungan, curahan doa, bantuan, perhatian dan dukungan moral kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Adila Zhrn, yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat dan teman-teman saya yang selama ini selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya.

Peneliti menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segenap kerendahan hati, peneliti berharap semoga segala kekurangan yang ada pada proposal ini dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik di masa yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, 13 April 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	I
DAFTAR TABEL	VII
DAFTAR GAMBAR.....	VIII
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	13
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	13
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	14
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	15
2.2 KAJIAN TEORI	17
2.2.1 Pengertian Pemasaran	17
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.2.3 Ketidakpuasan Konsumen	20
2.2.3.1 Definisi Ketidakpuasan Konsumen	20
2.2.3.2 Teori Kepuasan Dan Tidakkepuasan Konsumen	21
2.2.3.3 Keluhan Konsumen	22
2.2.3.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Ketidak Puasan Konsumen	23
2.2.3.5 Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen.....	24
2.2.3.6 Indikator ketidakpuasan konsumen	26
2.2.4 Promosi.....	27
2.2.4.1 Pengertian Promosi.....	27
2.2.4.2 Macam – Macam Promosi	28
2.2.4.3 Indikator Promosi	31
2.2.5 Perpindahan Merek	35
2.2.5.1 Indikator Perpindahan Merek	37

2.3 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL	38
2.3.1 Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek	38
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Perpindahan Merek.....	39
2.4 KERANGKA KONSEPTUAL	40
2.5 HIPOTESIS	41
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL	42
3.1.1 Pengukuran Variabel	44
3.2 TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	46
3.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	47
3.3.1 Jenis data	47
3.3.2 Sumber Data	47
3.3.3 Pengumpulan Data	47
3.4 UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS	48
3.4.1 Uji Validitas	48
3.4.2 Uji Reliabilitas	49
3.5 TEKNIK ANALISIS DATA PENGUJIAN HIPOTESIS	49
3.5.1 Teknik Anlisis	49
3.5.2 Cara Kerja PLS	50
3.5.3 Model Spesifikasi PLS	51
3.5.4 Penduga PLS.....	52
3.5.5 Evaluasi PLS.....	52
3.5.6 Langkah – Langkah PLS	54
3.5.7 Asumsi PLS	59
3.5.8 Ukuran Sampel	60
3.6 MODEL KERANGKA PEMIKIRAN.....	60
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	61

4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	61
4.2	DESKRIPTIF HASIL PENELITIAN.....	62
4.2.1	Analisi Karakteristik Responden	62
	Sumber : Hasil penyebaran kuisisioner	62
4.2.2	Deskripsi Variabel Ketidakpuasan Konsumen (X1)	63
4.2.3	Deskripsi Variabel Promosi (x2)	64
4.2.4	Deskripsi Variabel Perpindahan Merek (Y)	66
4.3	ANALISIS DATA	67
4.3.1	Intrepretasi Hasil PLS	67
4.3.1.1	Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	67
4.3.1.2	Evaluasi Pengujian Struktural Model (Inner Model).....	72
4.3.1.3	Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	73
4.4	PEMBAHASAN	75
4.4.1	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen (X1) Terhadap Perpindahan Merek (Y).....	75
4.2.2	Pengaruh Promosi (X2) Terhadap Perpindahan Merek (Y)	76
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1	KESIMPULAN.....	78
5.2	SARAN.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar aplikasi E-Wallet terbesar di indonesia berdasarkan pengguna aktif bulanan.....	4
Tabel 1.2 Ratings & Reviews konsumen linkaja.....	6
Tabel 1.3 persaingan linkaja, gopay dan ovo	10
Tabel 3.1 Skala Bobot Indikator.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Ketidakpuasan kosumen	62
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi	63
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Perpindahan Merek	65
Tabel 4.6 Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values).....	66
Tabel 4.7 Average Variance Extracted (AVE).....	68
Tabel 4.8 Composite Reliability	69
Tabel 4.9 Latent Variable Correlations	69
Tabel 4.10 Tabel R-Square.....	71
Tabel 4.11 Path Coefficients	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar aplikasi E-Wallet terbesar di indonesia.....	4
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual.....	40
Gambar 3.1 Langkah-Langkah Analisis PLS.....	53
Gambar 3.2 Model Kerangka Pemikiran.....	59

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN PROMOSI TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK PADA APLIKASI E-WALLET LINKAJA
(studi pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Jawa Timur)**

**MAULANA ELGA FARMANUGROHO
1612010289/FEB/EM**

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui ketidakpuasan konsumen (X1) dan Promosi (X2) terhadap perpindahan merek. perkembangan teknologi memberikan pengaruh yang besar terhadap cara manusia berinteraksi termasuk cara manusia berinteraksi secara finansial. Salah satunya adalah berkembangnya dompet elektronik atau *E-Wallet* untuk bertransaksi melalui smart phone. Banyak jenis aplikasi *E-Wallet* salah satunya adalah aplikasi *E-Wallet* LinkAja yang saat ini bersaing dalam memberikan fasilitas terhadap konsumen dengan beberapa tawaran menarik seperti promosi. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, aplikasi *E-Wallet* LinkAja harus memperhatikan tingkat kepuasan konsumen dan memberikan promosi menarik agar tetap positif sehingga pengguna aplikasi *E-Wallet* LinkAja tidak berpindah ke merek lain. Berdasarkan pemikiran tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Promosi terhadap perpindahan merek aplikasi *E-Wallet* LinkAja.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif FEB “Veteran” Jawa Timur yang pernah menggunakan aplikasi *E-Wallet* LinkAja. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu sampel dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Sampel yang diambil adalah sebanyak 45 responden. Data yang digunakan adalah data primer, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS)

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Ketidakpuasan Konsumen dan Promosi memberikan kontribusi terhadap perpindahan merek aplikasi E-Wallet LinkAja

Kata kunci : Perpindahan Merek, Ketidakpuasan Konsumen, Promosi