

**PENGARUH KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP
INTENTION TO COUNTINUOUS USE DENGAN
PERCEIVED VALUE SEBAGAI VARIABEL
PEMODERASI PADA E-WALLET DANA DI KOTA
PADANG**



OLEH :

BUNGA SANTIKA HARFIAN

1910011211110

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP INTENTION TO COUNTINUOUS USE DENGAN PERCEIVED VALUE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA E-WALLET DANA DI KOTA PADANG

Nama : Bunga Santika Harfian
NPM : 1910011211110

Oleh

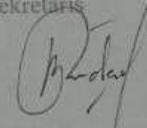
Tim Penguji

Ketua



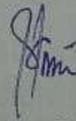
(Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc)

Sekretaris



(Irda, S.E., MA)

Anggota



(Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 7 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

JUDUL SKRIPSI

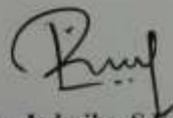
PENGARUH KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP INTENTION TO COUNTINUOUS USE DENGAN PERCEIVED VALUE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA E-WALLET DANA DI KOTA PADANG

Nama : Bunga Santika Harfian
NPM : 1910011211110

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 3 Agustus 2023

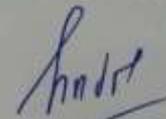
Menyetujui

Pembimbing



(Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc)

Ketua Program Studi



(Linda Wati, S.E., M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi panutan penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepuasan Pengguna terhadap *Intention to Continuous use* dengan *Perceived Value* sebagai variabel Pemoderasi pada E-Wallet Dana Kota Padang”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta, Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah dan ibu atas segala doa dan kasih sayangnya.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, namun penulis sadar skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan sumbang saran sangat diharapkan, demi kebaikan pada masa yang akan datang.

Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan anugrah dalam mengerjakan skripsi dalam mempermudah dan memperlancar semua urusan-urusan perkuliahan dan sampai dengan penulisan skripsi ini, dengan banyaknya coba-cobaan yang dilalui penulis Allah selalu memberikan semangat yang begitu tinggi dalam mengerjakan skripsi ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan

tugas akhir ini dalam meraih gelar sarjana manajemen yang paling berarti dalam hidup penulis.

2. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta
3. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang.
4. Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak.CA selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang.
5. Ibu Lindawati, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang.
6. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku Seketaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang. Sekaligus dosen pembimbing penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini, penulis mengucapkan terima kasih atas semua ilmu, waktu yang telah diberikan dan arahan yang sekaligus motivasi yang diberikan kepada penulis baik dalam perkuliahan maupun dalam proses bimbingan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang.
8. Kedua orang tua penulis pribadi Erisnelfi (Ayah), Ermantati (Ibu) terkhusus untuk ibu yang selalu bersemangat untuk bisa

mengkuliahkan anaknya dan (ayah) selalu memberikan pelajaran selalu menjadi anak yang kuat dalam menyelesaikan permasalahan apapun dan memberikan doa bagi kesuksesan dan kelancaran dalam perkuliahan.

9. Kepada teman-teman (Dilla,Putri,Aji) dan kakak ipar (Kak Tika, Uni Ana) yang penulis sayangi yang selalu memberi dukungan dan bantuan kepada penulis dalam pembuatan skripsi, yang memberikan masukan dalam pembuatan skripsi dan memberikan pelajaran-pelajaran yang berharga didalam pergaulan penulis serta berjuang Bersama dalam mencapai gelar serjana.

10. Dan teman-teman Manajemen angkatan 2019 yang telah kebersamai proses selama perkuliahan, semoga hal ini bisa menjadi kenangan terindah dalam perkuliahan.

Penulis mendo'akan semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih baik kepada semua pihak untuk segala doa dan bantuannya yang telah diberikan kepada penulis. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Padang, Juli 2023

Bunga Santika Harfian
1910011211110

**PENGARUH KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP *INTENTION TO
CONTINUOUS USE* DENGAN *PERCEIVED VALUE* SEBAGAI
VARIABEL PEMODERASI PADA E-WALLET DANA DI KOTA
PADANG**

Bunga Santika Harfian

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan, *perceived value* terhadap *intention to continuous use* pada e-wallet Dana di Kota Padang. Sampel yang digunakan 72 responden. Teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*. Data diolah menggunakan Stata. Jenis data pada penelitian ini yaitu data kuantitatif. Sumber datayaitu data primer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap *intention to continuous use* pada e-wallet Dana di Kota Padang, *perceived value* berpengaruh positif terhadap *intention to continuous use* pada e-wallet Dana di Kota .

Kata kunci : Kepuasan Pengguna, *Perceived Value*, *Intention to Continuous use*

**THE INFLUENCE OF USER SATISFACTION ON INTENTION TO
COUNTINUOUS USE WITH PERCEIVED VALUE AS A MODERATION
VARIABLE IN E-WALLET FUNDS IN PADANG CITY**

Bunga Santika Harfian

Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Bung
HattaUniversity

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of customer satisfaction, perceived value on the intention to continuously use e-wallet funds in the city of Padang. The sample used was 72 respondents. The sampling technique is purposive sampling. Data is processed using Stata. The type of data in this study is quantitative data. The data source is primary data. The results of this study indicate that user satisfaction has a positive effect on the intention to continue use of e-wallet funds in the city of Padang, perceived value has a positive effect on the intention to continue use of e-wallet funds in the city.

Keywords : User Satisfaction , Perceived value , Intention to Countinuous use

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Literatur	10
2.1.1 Intention to Continuous use	10
2.1.2 Pengertian Kepuasan Pengguna	12
2.1.3 Pengertian <i>Perceived Value</i>	15
2.2 Pengembangan Hipotesis	17
2.2.1 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap <i>Intention to Continuous use</i> 17	
2.2.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> memoderasi Kepuasan Pengguna dan <i>Intention to Countinous Use</i>	18
2.3 Kerangka Konseptual	19
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Objek Penelitian	21

3.2 Populasi dan Sampel.....	21
3.2.1 Populasi.....	21
3.2.2 Sampel	21
3.3 Teknik Pengumpulan Sampel.....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	23
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel.....	23
3.6 Pengukuran Instrumen	26
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	26
3.8 Teknis Analisis Data	28
3.8.1 Analisis Variabel Moderasi	29
3.9 Uji Hipotesis	30
3.9.1 Uji t-statistik	30
BAB IV	32
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Prosedur Pengambilan Sampel.....	32
4.1.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan pekerjaan	33
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian	35
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas.....	35
4.3 Analisis Deskriptif.....	38
4.4 Pengujian Hipotesis	40
4.5 Pembahasan.....	41
4.5.1 Pengaruh Kepuasan Pengguna terhadap <i>Intention to Countinuous use</i> .	41
4.5.2 Pengaruh Perceived Value terhadap Intention to Countinuous use.....	42
BAB V	44
PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan.....	44
5.2 Implementasi Penelitian	44
5.3 Keterbatasan Penelitian	45

5.4 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peringkat E-Wallet Tahun 2022.....	3
Tabel 1.2 Data survey awal keseluruhan pada pengguna e-wallet dana di Kota Padang (2023)	4
Tabel 3.1 Pengukuran Instrumen	26
Tabel 4.1 Prosedur Pengambilan Sampel	31
Tabel 4.2 Profil Responden	32
Tabel 4.3 Rangkuman Hasil Pengujian Validasi Instrumen Variabel	36
Tabel 4.4 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	38
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	40

DAFTAR GAMBAR

Kerangka Konseptual	20
---------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan teknologi pada saat ini, selalu mengalami perkembangan yang sangat pesat. Terutama pada teknologi dengan berbasis internet yang biasanya selalu di gunakan di dalam masyarakat. Internet menghubungkan satu orang dengan orang lain, menyediakan informasi sebagai sarana hiburan, serta sarana komunikasi. Hal ini menjadikan internet sebagai kebutuhan pokok sebagian besar masyarakat saat ini, selain kebutuhan pangan, sandang, dan papan. Teknologi hadir dan menjadi bagian hidup masyarakat seolah tak bisa berfungsi tanpa ponsel cerdas, tablet, dan komputer yang merupakan alat-alat produk teknologi modern.

Berbagai aspek keseharian mulai dari bekerja, belanja, belajar, hingga mencari informasi semuanya dilakukan dengan bantuan teknologi. Dengan berkembangnya teknologi saat ini internet merupakan server yang paling mudah dan efisien dalam mengakses sistem Informasi. Salah satunya adalah Internet yang sangat dikagumi di Indonesia. Internet dikenal luas dan digunakan oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Perkembangan internet di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya dalam jumlah yang besar. Meningkatnya penggunaan internet kini juga dapat digunakan melalui smartphone dengan menggunakan sistem android dan iOS. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2020, masyarakat tidak luput dari

komunikasi internet. Penggunaan internet selalu meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah pengguna internet pada tahun 2020 dengan pengetahuan penggunaan mencapai 196,7 juta orang. Dengan semakin meningkatnya penggunaan internet di Indonesia, muncul berbagai kegiatan untuk memanfaatkan sarana elektronik, salah satunya adalah aplikasi e-wallet yang berkembang di Indonesia.

Menurut Laudon dalam Dinny Komalasari (2018) e-commerce adalah suatu proses untuk menjual dan membeli produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan perantara komputer yaitu memanfaatkan jaringan computer. E-payment adalah sebuah mekanisme pembayaran yang dilakukan melalui internet untuk melakukan transaksi pembelian barang maupun jasa oleh pelanggan (Turban, E., & King, D., 2002 (Richard Kodong et al., 2015)). Di era saat ini, masyarakat Indonesia sudah tidak asing / sudah lazim melakukan transfer dana digital atau sering disebut juga dengan dompet digital (e-wallet) dan merupakan salah satu teknologi (fintech) berbentuk aplikasi yang dapat melakukan berbagai transaksi pembayaran secara online.

Selanjutnya untuk melihat perbandingan antara beberapa e-wallet dapat dilihat hasil survey Populix tahun 2022 dibawah ini :

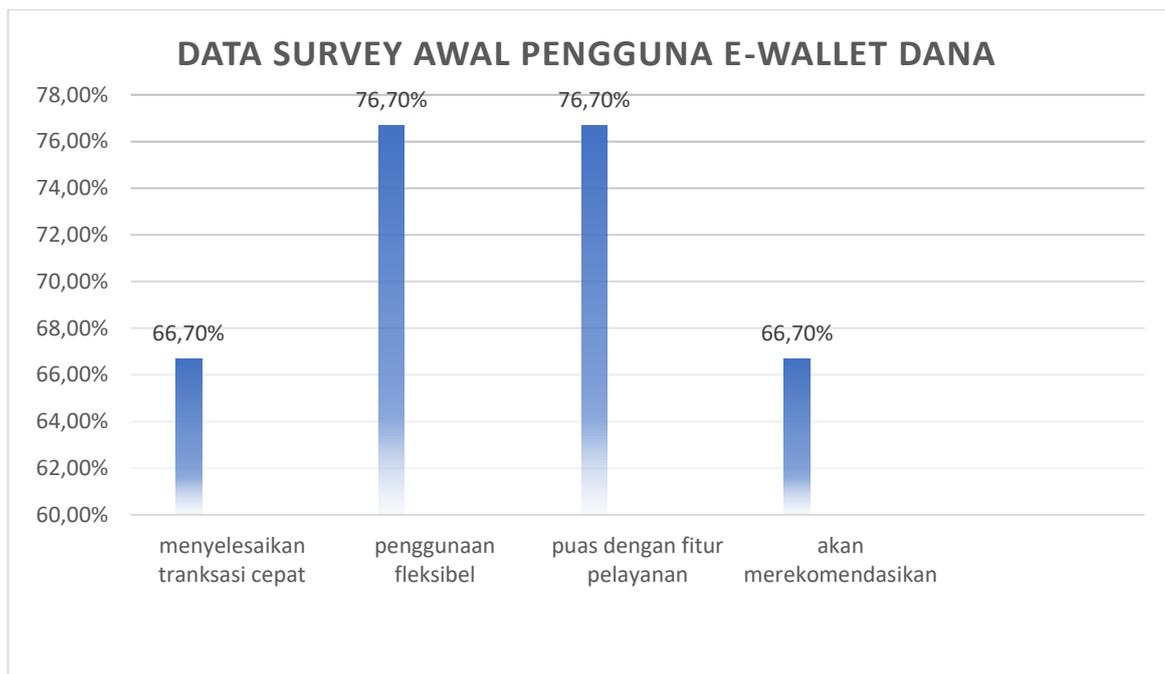
Tabel 1. 1
Peringkat E-Wallet Tahun 2022



Berdasarkan hasil survey diatas ,dapat dilihat tahun berdiri dari e-wallet yaitu,GoPay yang berdiri pada tahun 2016,dana yang didirikan pada Desember 2018 ,OVO yang didirikan sejak September 2017, shopee pay yang diluncurkan sejak tahun 2018, link aja yang diluncurkan sejak Juni 2019, OCTO Mobile diluncurkan sebagai aplikasi super pada tahun 2020, Doku yang didirikan sejak 2007, Sakuku yang diluncurkan pada tahun 2007 dan yang terakhir JakeOne Mobile yang berdiri sejak tahun 2017.

Selanjutnya peneliti melakukan survei awal terhadap 30 responden pengguna E-Wallet Dana di Kota Padang . Adapun hasil survey awal tersebut disajikan pada Tabel 1.2

Tabel 1.2
Data survey awal keseluruhan pada pengguna e-wallet dana di Kota Padang
(2023)



Sumber : survey (2023)

Dari Tabel 1.2 yaitu data survey awal yang dilakukan peneliti dengan tujuan melihat kepuasan pelanggan pengguna E-Wallet Dana di Kota Padang. Dalam penyebaran kuisisioner peneliti mengambil sampel sebanyak 30 responden. Dari penyebaran kuisisioner dengan 4 pernyataan yang berkaitan dengan yang memakai aplikasi pengguna yang menyatakan memakai E-Wallet Dana dapat cepat melakukan transaksi sebanyak 66,7% , pengguna yang menyatakan E-Wallet Dana fleksibel sebanyak 76,7% , pengguna yang puas sebanyak 76,7% , pengguna yang

akan merekomendasikan sebanyak 66,7% .Hasil observasi dan survei tersebut merupakan fenomena yang menarik tentang keputusan penggunaan E-Wallet Dana di Kota Padang.

Minat beli ulang menjadi jembatan antara pengalaman yang baik sehingga membuat pengguna terpuaskan sampai menciptakan loyalitas terhadap E-Wallet Dana, diduga terjadi karena pengguna dana memperoleh kepuasan atas penggunaan hingga minat itu muncul. hal tersebut dapat diterjemahkan memiliki Transaksi Uang Elektronik minat penggunaan ulang. Menurut Purbasari dan Permatasari (2018) Perilaku niat membeli atau *purchase intentions* diperoleh dari hasil proses evaluasi terhadap merek tahapan terakhir dari pengambilan keputusan secara kompleks yang meliputi membeli merek yang diinginkan, mengevaluasi merek tersebut saat dikonsumsi dan menyimpan informasi ini agar dapat digunakan dimasa yang akan datang(Maharani et al., n.d.)Setelah membeli suatu produk atau jasa, pengguna akan melakukan penilaian atau evaluasi pascapembelian yang terdiri dari 2 (dua) hal yaitu kepuasan dan ketidakpuasan terhadap produk atau jasa tersebut. Ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa, akan menyebabkan pelanggan berpindah atau tidak melakukan pembelian ulang terhadap brand atau merek yang sama tetapi pelanggan akan berpindah ke merek yang lain. Namun sebaliknya, jika pelanggan memperoleh kepuasan terhadap merek atau brand yang dibeli, maka akan melakukan pembelian ulang di kemudian hari. Minat penggunaan

ulang terjadi diduga karena pengguna E-wallet Dana merasakan kepuasan pada saat bertransaksi menggunakan Dana.

Minat adalah salah satu unsur psikis yang dimiliki oleh manusia yang dapat mendorong seseorang untuk mencapai sebuah tujuan, Nimba (2016) menyatakan bahwa seseorang yang mempunyai minat terhadap sesuatu, akan cenderung memberikan sikap yang lebih perhatian atau merasa senang terhadap obyek tersebut. Astarina et al (2017) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kepercayaan dan pengalaman terhadap niat menggunakan kembali dana. Minat penggunaan ulang suatu aplikasi mencerminkan kepuasan terhadap jasa yang dikonsumsi oleh konsumen. Minat menggunakan ulang muncul setelah mendapatkan apa yang diharapkan melebihi ekspektasi awal. *Perceived value* adalah sebuah hasil dari kepuasan pelanggan serta dapat mengarah pada pengulangan, dimana konsumen akan datang kembali untuk mendapatkan produk yang pernah mereka pakai (Edward & Sahadev, 2011 (Hariyanto, n.d.) Pelanggan akan loyal pada perusahaan apabila mereka mendapatkan sebuah 'nilai' lebih besar daripada yang diberikan oleh perusahaan lain.

Menurut Susanto et al. (2016), kepuasan terkait dengan niat kelanjutan menggunakan aplikasi ketika pengguna merasakan adanya manfaat dalam menggunakan mobile banking. Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu sistem teknologi informasi dapat berguna maka dia akan menggunakannya (Damanik et al., 2022)

Komponen selanjutnya yang mampu mempengaruhi niat pengguna ulang adalah *perceived value*. Menurut Arifin et al (2013) *Perceived Value* adalah penilaian konsumen secara keseluruhan akan faedah dari suatu produk berdasarkan persepsi mengenai apa yang telah mereka terima dan apa yang telah mereka berikan dalam (Zahro et al., 2023) Yang & Petterson (2014) berpendapat bahwa *perceived value* merupakan perbandingan antara manfaat yang didapat konsumen dari penggunaan produk terhadap manfaat yang didapatkan produsen dari proses produksi produk tersebut. Konsep ini mengacu pada evaluasi konsumen terhadap pengorbanan yang harus mereka lakukan untuk mendapatkan produk tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan sebelumnya, maka dapat dikemukakan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Kepuasan Pengguna berpengaruh terhadap *Intention to Countinous use* pada E-Wallet Dana di Kota Padang ?
2. Apakah *Perceived Value* memoderasi hubungan antara Kepuasan Pengguna dan *Intention to Countinous use* pada E-Wallet Dana di kota Padang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh Kepuasan Pengguna terhadap *Intention to Continuous use* E-Wallet Dana di Kota Padang
2. Untuk menguji pengaruh *Perceived Value* sebagai variable moderasi antara Kepuasan Pengguna dan *Intention to Continuous use* di Kota Padang

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diberikan melalui hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoristis

Manfaat dari penelitian ini untuk mengembangkan ilmu pengetahuan terkait , *kepuasan pengguna, perceived value, intention to continuous use*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi salah satu faktor yang menyebabkan konsumen melakukan *Intention to Continuous use* sehingga dapat menjadi faktor dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Bagi pembaca, manfaat penelitian ini adalah untuk menambah wawasan dalam pengetahuan, serta dapat dijadikan studi banding di masa depan, dan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi bagi penulis lain untuk digunakan sebagai bahan tambahan dalam penelitian berikutnya relevan.