

**PENGARUH PERSEPSI NILAI DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DOMPET  
DIGITAL OVO**

**(Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kelas A  
Angkatan 2017 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya )**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Saripudin**

**201610325304**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Dompot digital OVO (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kelas A Angkatan 2017 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Saripudin

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325304

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi

Jakarta, 06 Juli 2020

MENYETUJUI,  
Pembimbing



AGUS DHARMANTO,SE,MM

NIDN : 0305087310

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Dompot digital OVO (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kelas A Angkatan 2017 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Saripudin

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325304

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Juli 2020

Jakarta, 05 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E.,M.M.

NIDN : 0319067606

Penguji I : Agus Dharmanto, S.E.,M.M.

NIDN : 0305087310

Penguji II : M. Fadhli Nursal, S.E.,M.M.

NIDN : 0325057908

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN : 0325057908

Dekan  
Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S.Ak.,CA.,CSRA.,CMA.,CACP  
NIDN : 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saripudin

NPM : 201610325304

Tempat Tanggal Lahir : Garut, 17 Juli 1994

Alamat : Jl. Sersan idris No.30 RT 03/RW 04, Kel. Marga  
Jaya, Kec. Bekasi selatan - Kota Bekasi 17141

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi saya dengan judul “Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Dompot digital OVO (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen kelas A angkatan 2017 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” merupakan hasil pekerjaan saya sendiri dan seluruh ide, pendapat, atau materi didapat dari sumber lain yang telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan apa yang saya nyatakan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Manajemen yang nanti saya dapatkan.

Jakarta, 27 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



201610325304

## ABSTRAK

**Saripudin. 201610325304.** Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Dompot digital OVO (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen kelas A angkatan 2017 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan dari variabel bebas yaitu persepsi nilai dan kepercayaan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Program Studi Manajemen kelas A angkatan 2017 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan Analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 24. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen kelas A angkatan 2017 dari berbagai fakultas yang menggunakan dompet digital OVO dengan responden yang berjumlah 109 orang. Secara parsial variabel persepsi nilai memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t-hitung  $>$  t tabel. Dan secara parsial hasil variabel kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung  $>$  t table. Sedangkan berdasarkan hasil uji simultan yang didapatkan dari penelitian ini pada variabel persepsi nilai dan kepercayaan telah diperoleh hasil nilai F hitung  $>$  F tabel.

Kata Kunci : Persepsi Nilai, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

*Saripudin. 201610325304. The Influence of Perception of Value and Trust on Customer Loyalty OVO digital wallet (Study of Management Studies Program Class A class of 2017 at Bhayangkara Jakarta Raya University)*

*The research conducted aims to determine partially and simultaneously of the independent variables, namely the perception of value and trust towards the dependent variable, namely customer loyalty. This research was conducted on Management Class Program A Class of 2017 at Bhayangkara Jakarta Raya University.. In this study using a quantitative approach and data analysis used is the classic assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis using SPSS application version 24. The population in this study is the Management Study Program Class A students of 2017 public transportation from various faculties who use OVO digital wallets with 109 respondents. Partially the value perception variable has a significant influence on customer loyalty with  $t\text{-value} > t\text{ table}$ . And partially the results of the trust variable have a significant influence on customer loyalty with a value of  $t\text{ arithmetic} > T\text{ table}$ . While based on the simultaneous test results obtained from this study on the variables of perceived value and trust have obtained the calculated  $F\text{ value} > F\text{ table}$ .*

**Keywords** : *Perceived value, trust, customer loyalty*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Dompot digital OVO (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen kelas A angkatan 2017 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya), guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar S1. Selain itu, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini juga banyak pihak yang dengan kerelaan hati untuk mendukung dan mendoakan agar dapat terselesaikan sesuai yang di tentukan, oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak Irjen (P) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr.Istianingsih, CA, CSRA, CMA, CACP sebagai Dekan Fakultas Ekonomi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen dan dosen penguji.
4. Bapak Widi Winarso, S.E.,M.M selaku dosen penguji.
5. Bapak Choiroel Woestho, S.E., M.E selaku Dosen Perwalian Akademik kami di kelas Semester 8. B2 atas support serta dukungannya.
6. Bapak Agus Dharmanto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang terus memberikan nasihat, serta semangat untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Segenap dosen pengajar yang telah memberi ilmu yang begitu berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Ibu dan keluarga yang telah mendo'akan, membantu serta memberi dukungan dan kasih sayang.

Semoga bermanfaat dalam penulisan proposal ini.

Jakarta, Juli 2020

(Saripudin)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	1
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Batasan Masala .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6 Sistematika Penulisan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Persepsi Nilai.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Indikator Nilai.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Persepsi Kepercayaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Indikator Kepercayaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Loyalitas Pelanggan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.1 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6 Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7 Hipotesis penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Desain penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



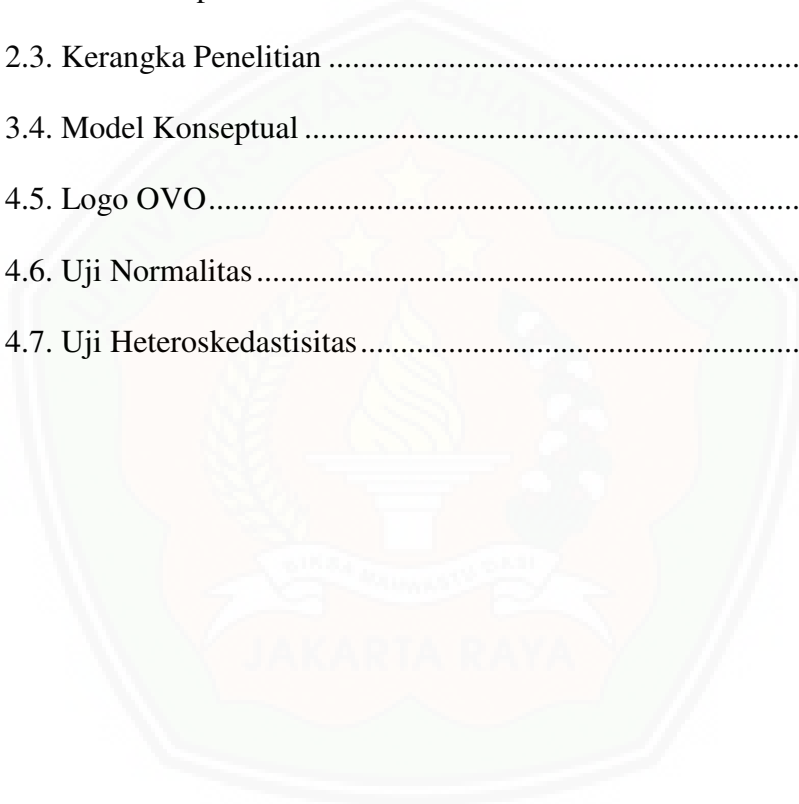
3.2	Tahap Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Model Konseptual Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Operasional Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1	Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2	Tempat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Metode Pengambilan Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2	Populasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2	Sampel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8	Metode Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.1	Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9	Uji Asumsi Klasik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.1	Uji Normalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.2	Uji Multikolinearitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.10	Analisis Regresi Linier Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.11	Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.11.1	Uji Parsial (t) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.11.2	Uji Simultan (f) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.11.3	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3. 2. Operasional Variabel.....	24
Tabel 3.3. Skala Likert .....	27
Tabel 4.4. Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....	36
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	38
Tabel 4.8. Uji Validitas Persepsi Nilai (X1) .....	39
Tabel 4.9. Uji Validitas Kepercayaan (X2).....	40
Tabel 4.10. Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	40
Tabel 4.11. Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.12. Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.13. Uji Multikolinearitas .....	44
Tabel 4.14. Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
Tabel 4.15. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	47
Tabel 4.16. Hasil Uji Parsial (t) .....	48
Tabel 4.17. Hasil Uji Simultan (F).....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Top 10 yang paling sering digunakan dalam 7 kuartal terakhir dari Kuartal 4 Tahun 2017 sampai Kuartal 2 Tahun 2019.....	3
Gambar 1.2. Top 10 Persentase dompet digital yang paling sering digunakan di Indonesia pada Tahun 2019 .....	4
Gambar 2.3. Kerangka Penelitian .....	20
Gambar 3.4. Model Konseptual .....	23
Gambar 4.5. Logo OVO.....	34
Gambar 4.6. Uji Normalitas .....	43
Gambar 4.7. Uji Heteroskedastisitas .....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Plagiat
2. Uji Referensi
3. Kuesioner Penelitian
4. Tabulasi Experiental Marketing (X1)
5. Tabulasi Sosial Media Marketing melalui Instagram (X2)
6. Tabulasi Loyalitas Pelanggan (Y)
7. Hasil Uji Validitas
8. Hasil Uji Reliabilitas
9. Hasil Uji Normalitas
10. Hasil Uji Multikolinearitas
11. Hasil Uji Heteroskedastisitas
12. Hasil Uji Parsial (t)
13. Hasil Uji Simultan (F)
14. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ )
15. Tabel r
16. Tabel t
17. Tabel F
18. Hasil Uji Plagiarisme Bab I
19. Hasil Uji Plagiarisme Bab III
20. Hasil Uji Plagiarisme Bab IV
21. Hasil Uji Plagiarisme Bab V