

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DOMPET DIGITAL OVO PADA MASA
PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI



**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi**

**Oleh
Vivi Aprilyanti
NIM 1817041099**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

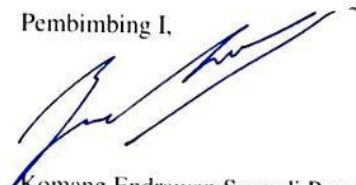
2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA EKONOMI**

Menyetujui

Pembimbing I,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E.,M.M.
NIP. 198602112019031005

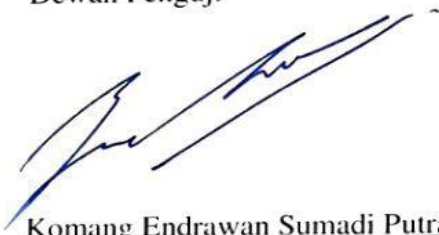
Pembimbing II,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E.,M.M.
NIP. 198207292010122003

Skripsi oleh Vivi Aprilyanti
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 16 Februari 2022

Dewan Penguji



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

(Ketua)



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 19820729201012203

(Anggota)



Gede Putu Agus Jana Susila, SE., MBA.
NIP. 198208312010121001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Pada

Hari : Rabu
Tanggal : 16 Februari 2022

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Komang Krishna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha



Dr. Gede Adi Yuniarta S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Dompot Digital OVO” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 17 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



Vivi Aprilyanti
NIM.1817041099

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Dompot Digital OVO pada Masa Pandemi COVID-19”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., CA, CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan motivasi, saran dan penuh tanggung jawab memberikan semangat, mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang dengan segala tanggung jawab dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen, Kepala Tata Usaha serta staf di Jurusan Manajemen yang selalu mendidik dan memberikan saran selama penulis belajar di Program Studi Manajemen.
8. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah

memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku yang dibutuhkan selama proses penyusunan skripsi ini.

9. Kepada Ayah dan Ibu tercinta, Moh Munawar dan Haryani serta adik tersayang M. Dikho Ardiansyah, serta keluarga besar tercinta yang tiada hentinya selalu memberikan semangat, kasih sayang, motivasi, dorongan moral dan doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
10. Pengurus HMJ Manajemen masa bakti 2019/2020 dan 2020/2021 yang telah banyak mengajarkan saya bagaimana cara berorganisasi sehingga dapat diterapkan nantinya.
11. Teruntuk sahabat baikku Luh Ayu Dewi Candrawati, Kadek Lia Aprilliani, dan Ni Komang Sonia Gandhi Maelan, terima kasih telah mendengarkan keluh kesahku selama perkuliahan, proses revisi dan yang selalu ada saat saya repotkan dan saling membantu sepuh hati.
12. Teman-teman *Good Class*, terima kasih telah menemani dari awal perkuliahan sampai semester tua. Terima kasih untuk kenangan indah dan kisah warna-warni masa kuliah.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Singaraja, 16 Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	7
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.5 Tujuan penelitian	8
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Deskripsi Teoritis	10
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	10
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	10
2.1.1.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	11
2.1.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	11
2.1.2 Kualitas Pelayanan	12
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	12
2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	13
2.1.3 Citra Merek	13
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	13

2.1.3.2 Dimensi Citra Merek	14
2.1.3.3 Indikator Citra Merek.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	15
2.3 Hubungan antar Variabel.....	19
2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19
2.3.2 Hubungan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	20
2.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.3.4 Kerangka Berpikir.....	22
2.3.5 Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.2 Rancangan Penelitian.....	24
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	25
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.4.1 Populasi Penelitian.....	25
3.4.2 Sampel Penelitian.....	26
3.5 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian	27
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	28
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	28
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	28
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	32
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)	34
3.8 Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	37
4.2 Deskripsi Data	37
4.3 Pengujian Asumsi	39

4.3.1 Uji Asumsi Klasik	39
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)	45
4.4 Pengujian Hipotesis	46
4.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	46
4.4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	47
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	48
4.5.1 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Dompet Digital OVO	48
4.5.2 Hubungan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Dompet Digital OVO.....	50
4.5.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Dompet Digital OVO	52
4.5.4 Keterbatasan Penelitian	53
4.6 Implikasi	53
 BAB V PENUTUP	 55
5.1 Rangkuman.....	55
5.2 Simpulan.....	57
5.3 Saran.....	58
 DAFTAR RUJUKAN	 60
Lampiran	67

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Perbandingan Dompot Digital OVO & DANA	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Variabel, Konsep Variabel, Indikator dan Skala Ukur.....	28
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	31
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Besar	31
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	33
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	33
Tabel 4.1 Rincian Pendistribusian dan Pengembalian Kuesioner	40
Tabel 4.2 Data Karakteristik Responden	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	44
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4.5 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Dompot Digital OVO	23
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Grafik Normal P-plot.....	43
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	45
Gambar 4.3 Struktur Hubungan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Dompot Digital OVO	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Hasil Perbandingan Dompot Digital OVO & DANA	67
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 3. Data Responden Sampel Kecil	71
Lampiran 4. Data Responden Sampel Besar	73
Lampiran 5. Deskripsi Data Responden	78
Lampiran 6. Output SPSS	79
Lampiran 7. Jadwal Waktu Penelitian	87

