

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT ULANG PENGGUNAAN  
APLIKASI DANA PADA MAHASISWA DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



**OLEH:**  
**MARCELL MATHIAS PATTINAMA**  
**16110038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA**

**2020**

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT ULANG PENGGUNAAN  
APLIKASI DANA PADA MAHASISWA DI SURABAYA**

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh :**

**MARCELL MATHIAS PATTINAMA  
16110038**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA**

**SURABAYA**

**2020**

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT ULANG PENGGUNAAN  
APLIKASI DANA PADA MAHASISWA DI SURABAYA**

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh :**

**MARCELL MATHIAS PATTINAMA  
16110038**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA**

**SURABAYA**

**2020**

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Marcell Mathias Pattinama  
NPM : 16110038  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana Pada Mahasiswa Di Surabaya

#### SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN PENYUSUNAN SKRIPSI JURUSAN MANAJEMEN

Dosen Pendamping,

(Lilik Indrawati,S.E., M.M)

Tanggal : 07-08-2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Lilik Indrawati,S.E., M.M)

Tanggal : 07-08-2020



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen  
Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana Pada Mahasiswa Di  
Surabaya**

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan  
Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika  
Program Studi Manajemen Pemasaran

Pada hari Senin, Tanggal ..... Juli 2020

Disusun oleh :

Nama : Marcell Mathias  
NPM : 16110038  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen

Tim Nama Penguji :

1. Dr Maria Widystuti, M.M. ( Ketua ) .....
2. Drs. Bruno Hami Pahar M.M (Anggota) .....
3. Lilik Indrawati S.E., M.M (Dosen Pembimbing) .....

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Dharma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh **Marcell Mathias** NPM. 16110038 Telah diuji pada .....,  
Juli 2020 dan dinyatakan **LULUS** oleh :

Ketua Tim Penguji :



Dr. Maria Widayastuti M.,M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



Dr. Thyopida W.S.Panjaitan, M.M.



Lilik Indrawati, S.E.,M.M.



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Marcell Mathias Pattinama  
NPM : 16110038  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen Pemasaran  
Tempat/Tgl. Lahir : Malang, 12 Maret 1998  
Alamat : Jl Arief Rahman Hakim No 02 Surabaya  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat ulang Penggunaan Aplikasi Dana pada Mahasiswa di Surabaya

1. Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah sendiri bukan plagiat dan atau karya orang lain.
  2. Memperbolehkan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika untuk mempublikasikan seluruh / sebagian dari isi skripsi ini ke media publikasi. Dengan mencantumkan nama peneliti serta dosen pembimbing
- Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari ada permasalahan terhadap karya ilmiah ini, maka saya siap bertanggung jawab sesuai dengan hukum yang berlaku.

Surabaya, Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



(Marcell Mathias Pattinama)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : "Pengaruh *Brand image*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana Pada Mahasiswa di Surabaya" Skripsi ini merupakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana ekonomi (S.E) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Y. Budi Hermanto, M.M., selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Dr. Thyopoida W.S.Panjaitan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Lilik Indrawati S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing
4. Dr. Maria Widayastuti M.,M selaku Ketua tim penguji Skripsi
5. Drs. Bruno Hami Pahar M.,M selaku anggota penguji Skripsi
6. Teruntuk Giok Eng sebagai tante dan Go Krestian sebagai Om yang selalu mendengarkan setiap keluhan dan permintaan mengenai biaya perkuliahan
7. Teruntuk koko andalan Yosia Ricky yang selalu mensupport saya dari awal perkuliahan sampai akhir ini
8. Maria Nathania Leoni Pacar tercinta yang mendampingi saya mengerjakan skripsi dan mensupport selalu Ketika saya mulai malas

9. Teruntuk Dominggus, Diki, Lina, Nando, Robi, Ericko, Riki sebagai kawan perjuangan dari awal
10. Konco Sak Bimbingan Ardi Akse

Penulis telah berusaha dalam menyusun skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 27 Juli 2020

Penulis





## DAFTAR ISI

### LEMBAR PERSETUJUAN

### LEMBAR PENGESAHAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.1 <i>Brand Image</i> .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.1.2 Faktor-Faktor <i>Brand Image</i> .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.1.3 Manfaat <i>Brand Image</i>.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.1.4 Pengukuran <i>Brand Image</i> .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.1.5 Indikator <i>Brand Image</i> .....</b>	<b>10</b>



<b>2.1.2 Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>11</b>
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.2.2 Macam-Macam Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	12
2.1.2.4 Konsep Kualitas Pelayanan .....	12
<b>2.1.3 Kepuasan Konsumen .....</b>	<b>13</b>
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	13
2.1.3.2 Jenis-jenis Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.3.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	14
2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen.....	14
<b>2.1.4 Minat Ulang .....</b>	<b>15</b>
2.1.4.1 Pengertian Minat Ulang.....	15
2.1.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pada Minat Ulang .....	15
2.1.4.3 Faktor-Faktor Pada Minat Ulang .....	17
2.1.4.4 Indikator Minat Ulang .....	18
<b>2.2 Pengaruh Antar Variabel .....</b>	<b>18</b>
2.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	18
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang .....	18
2.2.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang .....	19
<b>2.3 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>19</b>
2.3.1 Penelitian Terdahulu I .....	19
2.3.2 Penelitian Terdahulu II.....	20
2.3.3 Penelitian Terdahulu III .....	22



<b>2.4 Rerangka Pemikiran.....</b>	<b>24</b>
<b>2.5 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>25</b>
<b>2.6 Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Obyek Penelitian.....	26
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	26
3.2.1 Pendekatan Penelitian .....	26
3.2.2 Sumber Data .....	26
3.3 Variabel Penelitian .....	27
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	28
3.5 Populasi dan Sampel.....	30
3.5.1 Populasi .....	30
3.5.2 Sampel.....	30
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data .....	33
3.6.1 Metode Penelitian .....	33
3.6.2 Teknik Analisis Data.....	34
3.6.2.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2.2 Uji Reliabilitas .....	35
3.6.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.6.2.5 Uji Koefisiensi Determinan ( $R^2$ ).....	37
3.6.2.6 Uji Parsial (Uji t) .....	39
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>



<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>40</b>
4.1.1 Sejarah Singkat Aplikasi <i>E-Money DANA</i> .....	40
<b>4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....</b>	<b>40</b>
<b>4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....</b>	<b>41</b>
<b>4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....</b>	<b>43</b>
4.2.1 Karakteristik Responden .....	43
4.2.2 Rata-Rata Pernyataan Pada Variabel .....	45
<b>4.3 Pembahasan dan Analisa Data.....</b>	<b>50</b>
4.3.1 Uji Validitas .....	50
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.3.3 Uji Normalitas .....	53
4.3.4 Uji Multikoloniearitas.....	54
4.3.5 Uji Heterskedasitas .....	55
4.3.6 Uji Regresi Linier Berganda .....	56
4.3.7 Analisis Koefisiensi Determinan ( $R^2$ ) .....	57
4.3.8 Uji t .....	58
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Saran.....	63

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Minat Ulang.....	16
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran.....	24
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organiasi.....	41
Gambar 4.2 Uji Normalitas .....	53
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastitas .....	55
Gambar 4.4 Uji t parsial .....	59
Gambar 4.5 Uji t parsial .....	60
Gambar 4.6 Uji t parsial .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peredaran uang elektronik .....	3
Tabel 3.1 Koefisien Determinasi .....	38
Tabel 4.1 Pengelompokan Jenis Kelamin Responden .....	43
Tabel 4.2 Pengelompokan Asal Responden .....	44
Tabel 4.3 Range Nilai Responden .....	45
Tabel 4.4 Rata-Rata Pernyataan Variabel XI <i>Brand Image</i> .....	46
Tabel 4.5 Rata-Rata Pernyataan Variabel X2 Kualitas Pelayanan .....	47
Tabel 4.6 Rata-Rata Pernyataan Variabel X3 Kepuasan Konsumen.....	48
Tabel 4.7 Rata-Rata Pernyataan Variabel Y Minat Ulang .....	49



Tabel	4.7 Uji Validitas .....	50
Tabel	4.9 Uji Reliabilitas .....	52
Tabel	4.10 Uji Multikolinieritas .....	54
Tabel	4.11 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel	4.12 Analisis Koefisien Determinan .....	57
Tabel	4.13 Uji t .....	58

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 2 Deskripsi Data Responden
- Lampiran 3 Uji Validitas
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Uji Normalitas dan Uji Multikolininearitas
- Lampiran 6 Uji Heteroskedastitas
- Lampiran 7 Analisi Koefisien Determinan dan Uji t
- Lampiran 8 Data Pddikti Universitas

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.





## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap minat ulang menggunakan aplikasi Dana. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika, Universitas Katolik Widya Mandala dan Universitas St Vincetius Paolo (Rkz). Sampelnya sebanyak 75 responden. Dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sudah dapat mewakili sebagai sampel penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan Kuisioner yang disebarluaskan kepada mahasiswa ketiga universitas tersebut menggunakan google form. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan yaitu analisis regresi liniear berganda.

Berdasarkan pengolahan data dengan SPSS versi 20 adalah sebagai berikut, uji validitas yang dilakukan semua item pernyataan dikatakan valid dimana r hitung pada setiap item variabel lebih besar  $\geq$  daripada r tabel (0,2272), serta dalam uji reliabilitas nilai cronbach alpha  $> 0,60$  dimana pada X1 *brand image* 0,876, X2 Kualitas Pelayanan 0,802, Kepuasan Konsumen 0,711 dan Minat ulang 0,781 dimana semua lebih besar dari  $>$  cronbach alpha 0,60 dan juga dimasukan yaitu nilai koefisien determinasi r square 0,580 dimana pada nilai adjusted r square sebesar 0,562 atau 56,2 % yang menunjukkan bahwa kontribusi antara *Brand Image*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap minat ulang memiliki hubungan yang cukup atau sedang. Hipotesa pertama mengatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *brand image* terhadap minat ulang, dimana berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS versi 20 diketahui bahwa nilai thitung (0,184)  $<$  ttabel (1.99394) dengan tingkat singifikan  $0.855 > 0.05$  sehingga variabel *brand image* tidak berpengaruh terhadap minat ulang. Hipotesa kedua mengatakan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap minat ulang. Dimana berdasarkan hasil SPSS versi 20 diketahui bahwa bahwa nilai thitung (0,263)  $<$  ttabel (1.99394) dengan tingkat signifikan  $0,794 > 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat ulang. Hipotesa ketiga mengatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Kepuasan Konsumen terhadap minat ulang, dimana benar berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS versi 20 diketahui bahwa nilai thitung (6.449)  $<$  ttabel (1985) dengan tingkat singifikan  $0,000 > 0,05$  sehingga variabel Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap minat ulang.

Kata kunci : *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen



## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, Service Quality and Consumer Satisfaction on re-interest using the Fund application. The population in this study were students of the Catholic University of Darma Cendika, Widya Mandala Catholic University and St. Vincentius Paolo University (Rkz). The sample is 75 respondents. With the consideration that the amount can already be represented as a research sample. Data collection techniques using a questionnaire distributed to students of the three universities using Google Form. In this study the technique used is multiple linear regression analysis.

Based on data processing with SPSS version 20 are as follows, the validity test conducted by all items of the statement is said to be valid where r counts on each variable item is greater r than r table (0.2272), and in the reliability test the Cronbach alpha value  $> 0.60$  where at X1 brand image 0,876, X2 Service Quality 0,802, Consumer Satisfaction 0,711 and Interest of 0,781 where all are greater than  $>$  cronbach alpha 0,60 and also include the coefficient of r square determination of 0.580 where the adjusted r square value of 0.562 or 56.2 % which shows that the contribution between Brand Image, Service Quality and Consumer Satisfaction towards re-interest has a sufficient or moderate relationship. The first hypothesis says that there is a significant influence between brand image on re-interest, where based on data processing using SPSS version 20 it is known that the tcount (0.184)  $<$  ttable (1.99394) with a significant level of  $0.855 > 0.05$  so that the brand image variable has no effect on interest reset. The second hypothesis says that there is an effect of Service Quality on repeat interest. Where based on the results of SPSS version 20 it is known that the value of t (0.263)  $<$  ttable (1.99394) with a significant level of  $0.794 > 0.05$  so that it can be said that Service Quality has no significant effect on re-interest. The third hypothesis says that there is a significant influence between Consumer Satisfaction on re-interest, which is true based on data processing using SPSS version 20 it is known that the value of tcount (6.449)  $<$  ttable (1985) with a significant level of  $0.000 > 0.05$  so that the Consumer Satisfaction variable influences interest reset.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Consumer Satisfaction