

**ANALISIS PRICE DISCOUNT DAN PERCEIVED USEFULNESS
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MENGGUNAKAN FINTECH
MELALUI INTERVENING CUSTOMERS SATISFACTION
(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gopay di Kota Yogyakarta)**

TESIS



Oleh
Dika Prawita
NIM : 2018301003

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA
YOGYAKARTA
2020**

**ANALISIS PRICE DISCOUNT DAN PERCEIVED USEFULNESS
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MENGGUNAKAN FINTECH
MELALUI INTERVENING CUSTOMERS SATISFACTION
(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gopay di Kota Yogyakarta)**

TESIS

**Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Prasyarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen
Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
Yogyakarta**



Oleh

Dika Prawita

NIM : 2018301003

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA
YOGYAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN



Yogyakarta, 20 April 2020
Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ambar' with a stylized flourish.

Dr. Ambar Lukitaningsih, MM

Dosen Pembimbing II

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Henny' with a stylized flourish.

Dr. Ir, Henny Welsa, MM

HALAMAN PENGESAHAN

TESIS

**ANALISIS PRICE DISCOUNT DAN PERCEIVED USEFULNESS
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MENGGUNAKAN FINTECH
MELALUI INTERVENING CUSTOMERS SATISFACTION
(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gopay di Kota Yogyakarta)**

**Disusun Oleh :
DIKA PRAWITA
NIM : 2018301003**

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 7 April 2020**

Ketua Penguji



Dr. Muinah Fadhilah, SE., M.Si

Sekretaris Penguji



Dr. Gendro Wiyono, S.IP., MM

Penguji I



Dr. Ambar Lukitaningsih, MM

Penguji II



Dr. Ir, Henny Welsa, MM

Mengetahui :

Ketua Program Studi MM



Dr. Ambar Lukitaningsih, MM



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dika Prawita
NIM : 2018301003
Judul Tesis : Analisis *Price Discount* dan *Perceived Usefulness*
Terhadap Minat Pembelian Ulang Menggunakan Fintech
Melalui Intervening *Customers Satisfaction*

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah Tesis saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister Manajemen baik di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta ataupun di Perguruan Tinggi lain.

Tesis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing. Dalam Tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Yogyakarta, 20 April 2020

Yang membuat pernyataan



Dika Prawita

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas terselesaikannya tesis penelitian ini dengan baik dan lancar. Pencapaian tesis ini sebagai prasyarat guna memperoleh gelar Magister Manajemen saya persembahkan kepada:

- *Kedua orang tuaku, bapak Hitaprana dan ibu Trisharsiwí.*

Terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini.

- *Istriku, Anik Rima Kurniawati.*

Terima kasih atas doa, dukungan, dan kesabarannya selama ini.

- *Anak-anakku, Quínsha Zíva Putradíma dan Rajesha Kafka Putradíma*

Kelak suatu saat nanti kalian pasti bisa memiliki pendidikan yang lebih hebat dan lebih tinggi dari ayah.

- *Keluarga besar Hitaprana.*

MOTTO

“Lakukan yang terbaik dan yang bermanfaat bagi orang lain”

(Penulis)

“Man Jadda Wajadda, Man Shobaru Zhafira, Man Yasro Yahsud”

(Pepatah Arab)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul ”Analisis *Price discount* dan *perceived usefulness* terhadap minat pembelian ulang menggunakan *fintech* melalui *intervening customers satisfaction*” ini dengan baik dan lancar, sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada program studi Magister Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta.

Penelitian tesis ini dapat terselesaikan dengan baik tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bpk Suyanto, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta
2. Ibu Dr. Ambar Lukitaningsih, M.M selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta, sekaligus sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam pembuatan tesis ini.
3. Ibu Dr. Henny Welsa, M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam pembuatan tesis ini.
4. Bpk Dr. Gendro Wiyono, M.M selaku dosen penguji tesis, yang telah memberikan masukan dan saran untuk perbaikan tesis penulis.
5. Ibu Dr. Muinah Fadhilah, SE., M.Si selaku dosen penguji tesis, yang telah memberikan masukan dan saran untuk perbaikan tesis penulis.
6. Kedua orang tua saya, Bpk Hitaprana dan Ibu Trisharsiwi. Istri saya, Anik Rima Kurniawati, Anak-anak saya, Quinsha Ziva Putridima dan Rajesha Kafka Putradima. Juga saudara-saudara kakak serta adik saya keluarga besar Hitaprana.
6. Para dosen dan para pegawai Program Studi Magister Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.

7. Rekan-rekan kuliah seperjuangan MM UST angkatan 34
8. Para responden yang telah bersedia memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tesis ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan masukan untuk perbaikan. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun para pembaca.

Yogyakarta, 20 April 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan penelitian	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori	13
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pikir	30
2.4 Pengembangan Hipotesis	31
2.5 Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Subyek dan Obyek Penelitian	36
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.3 Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Indikator Penelitian	38

3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Tempat dan Waktu Pengambilan Data	45
3.6 Uji Kualitas Data	46
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.8 Uji Sobel Test	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum	55
4.2 Karakteristik Data Penelitian	56
4.3 Hasil Uji Kualitas Data	57
4.4 Hasil Analisis Data	62
4.5 Hasil Uji Sobel Test	84
4.6 Pembahasan	85
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan	95
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Kisi-kisi Instrumen	43
Tabel 3.2	Kategori dan Skoring	45
Tabel 3.3	Hasil Uji Model Fit	51
Tabel 4.1	Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2	Kategori Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3	Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price Discount</i> (X1)	58
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (X2) ...	59
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customers Satisfaction</i> (Y) ...	60
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pembelian Ulang (Y2) .	61
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.9	Summary Analisis Deskriptif Variabel <i>Price Discount</i>	63
Tabel 4.10	Rekap Analisis Deskriptif Variabel <i>Price Discount</i>	64
Tabel 4.11	Summary Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	66
Tabel 4.12	Rekap Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i> ...	67
Tabel 4.13	Summary Analisis Deskriptif Variabel <i>Customers Satisfaction</i>	68
Tabel 4.14	Rekap Analisis Deskriptif Variabel <i>Customers Satisfaction</i>	69
Tabel 4.15	Summary Analisis Deskriptif Variabel Minat Pembelian Ulang	71

Tabel 4.16	Rekap Analisis Deskriptif Variabel Minat Pembelian	
	Ulang	71
Tabel 4.17	<i>Convergent Validity</i>	75
Tabel 4.18	<i>Discriminant Validity</i>	76
Tabel 4.19	<i>Composite Reliability</i>	77
Tabel 4.20	Model Fit	77
Tabel 4.21	Hasil Uji Hipotesis (<i>Path Coefficient</i>)	80
Tabel 4.22	Hasil Uji Hipotesis (<i>R Square Adjusted</i>)	83
Tabel 4.23	Hasil Uji Sobel Test	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2	Kerangka Pikir	31
Gambar 4.1	Model Awal Sebelum Uji Indikator	74
Gambar 4.2	Model Setelah Uji Indikator	79
Gambar 4.3	Model Setelah Uji Bootstraping	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	104
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian	110
Lampiran 3. Hasil Uji Instrumen	119
Lampiran 4. Hasil Uji Indikator, Uji Model Fit, Uji Hipotesis, dan Uji Sobel Test	128

ABSTRAK

Saat ini sistem pembayaran digital atau uang elektronik telah banyak digunakan di Indonesia. Pangsa pasar yang masih terbuka lebar membuat banyak perusahaan fintech berlomba-lomba memberikan potongan harga dan berbagai manfaat kemudahan saat menggunakan aplikasi yang disediakan, salah satunya adalah GoPay. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisa pengaruh potongan harga dan manfaat yang dirasakan terhadap minat pembelian ulang menggunakan aplikasi GoPay yang dimediasi oleh variabel kepuasan pelanggan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari kuesioner, dengan jumlah sampel sebanyak 84 responden. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa potongan harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Potongan harga dan manfaat yang dirasakan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat pembelian ulang. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang.

ABSTRACT

At present digital payment systems or electronic money have been widely used in Indonesia. Market share that is still wide open makes many fintech companies competing to provide discounts and various benefits of convenience when using the applications provided, one of which is GoPay. The purpose of this study is to analyze the effect of price discounts and perceived usefulness on repurchase interest using the GoPay application which is mediated by customer satisfaction variables. The data used in this study are primary data sourced from questionnaires, with a total sample of 84 respondents. The results of this study indicate that the price discount has a positive but not significant effect on customer satisfaction. Perceived usefulness have a positive and significant effect on customer satisfaction. Price discounts and perceived usefulness have a positive but not significant effect on repurchase intention. Customers satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention.