

**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PENGGUNA GOJEK MELALUI KUALITAS  
PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Kasus Pelanggan Pengguna Gojek Wilayah Kabupaten Klaten)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:**

**NURAENI HERVIANA  
NIM. 19.52.11.108**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA  
2023**

PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PENGGUNA GOJEK MELALUI KUALITAS  
PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi Kasus Pelanggan Pengguna Gojek Wilayah Kabupaten Klaten)

SKRIPSI

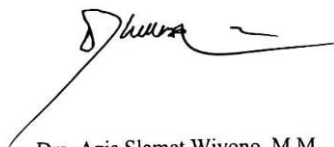
Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

NURAENI HERVIANA  
NIM: 19.52.11.108

Surakarta, 6 April 2023

Disetujui dan disahkan oleh:  
Dosen Pembimbing Skripsi



Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.  
NIP. 19590812 198603 1 002

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : NURAENI HERVIANA  
NIM : 19.52.11.108  
PROGAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian dengan judul "PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA GOJEK MELALUI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus Pelanggan Pengguna Gojek Wilayah Kabupaten Klaten)"

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 6 April 2023



Nuraeni Herviana

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : NURAENI HERVIANA  
NIM : 19.52.11.108  
PROGAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul "PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA GOJEK MELALUI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus Pelanggan Pengguna Gojek Wilayah Kabupaten Klaten)"

Dengan ini saya menyatakan bahwa benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari responden pengguna Gojek wilayah kabupaten Klaten. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Sorakarta, 6 April 2023



Nuraeni Herviana

Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Nuraeni Herviana

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta  
Di Surakarta

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Nuraeni Herviana NIM : 19.52.11.108 yang berjudul :

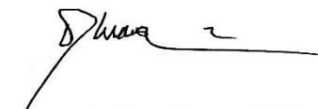
**“PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA GOJEK MELALUI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus Pelanggan Pengguna Gojek Wilayah Kabupaten Klaten)”**

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 6 April 2023  
Dosen Pembimbing skripsi

  
Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.  
NIP. 19590812 198603 1 002

PENGESAHAN

**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PENGGUNA GOJEK MELALUI KUALITAS  
PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi Kasus Pelanggan Pengguna Gojek Wilayah Kabupaten Klaten)**

Oleh:

**NURAEINI HERVIANA**  
NIM. 19.52.11.108

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
pada hari Jumat tanggal 05 Mei 2023 M / 14 Syawal 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Nur Hidayah Al Amin, M.E. Sy  
NIK. 19820719 201701 1 157

Penguji II  
Septin Puji Astuti, S.Si., M.T. Ph.D  
NIP. 19781118 200501 2 003

Penguji III  
Dr. Ika Yoga, S.E, M.M  
NIP. 19790406 201403 1 001



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si  
NIP. 19720304 200112 1 004

## MOTTO

*“So remember me, I will remember you.*

*And be grateful to Me and do not deny Me”*

(Q.S Al-Baqoroh: 152)

“Dan barang siapa bertaqwa kepada Allah, niscaya

Dia menjadikan kemudahan baginya dalam urusannya”

(Q.S At-Talaq: 4)

“Ketika awal melangkah, banyak yang meragukan kita. Bahkan kadang orang terdekat. Jangan berdebat. Teruslah di jalan yang kita yakini. Meski sendiri.

Asal konsisten. Sabar. Berdoa. Maka nanti semua akan mengerti”

“Kita memang istimewa”

(Ust. Hanan Attaki)

## PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap doa dan cinta karya yang sederhana ini untuk :

1. Bapak, Ibu, adik, dan keluarga besar Murniadi tercinta yang selalu memberi doa, dukungan, motivasi, serta kasih sayang yang tidak dapat ternilai besarnya.
2. Teman-teman seperjuangan MBS C angkatan 2019. Terima kasih atas dukungan kalian selama ini. Saya bersyukur bisa mengenal kalian.
3. Teman-teman *Crewmate* (Amal, Anja, Fitri, Pingki, Riski, Ruliya, dan Vena), terimakasih untuk kerja sama dan bantuannya dari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan.
4. Almamater tercinta UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberi sarana untuk mengembangkan diri lewat akademisi dan organisasi.



## **KATA PENGANTAR**

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Segala syukur dan puji untuk Allah SWT yang sudah memberi hidayah, karunia, dan rahmat-Nya, sehingga penulis bisa menuntaskan skripsi dengan judul “Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Gojek Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pelanggan Pengguna Gojek Wilayah Kabupaten Klaten)”. Skripsi ini disusun guna menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Mas Said Surakarta.

Penulis sadar sepenuhnya, sudah memperoleh dorongan, dukungan, dan bimbingan dari banyak pihak yang sudah menyisihkan tenaga, waktu, pikiran dan sebagainya. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis dengan setulus hati mengucapkan terima kasih ke:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, M.Ag., M.Pd., selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Khairul Imam, S.HI., M.Si., selaku Ketua Program studi Manajemen dan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Zakky Fahma Auliya, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Pembimbing Akademik Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang sudah memberi bekal ilmu yang berguna untuk penulis.
7. Bapak, Ibu, adik, dan nenek saya terima kasih untuk pengorbanan, kasih sayang, dan doa yang selalu kalian berika dan tak ada habisnya.
8. Sahabat-sahabatku dan teman-teman Manajemen Bisnis Syariah C angkatan 2019, terima kasih untuk keceriaan, semangat, dan motivasi yang diberikan.
9. Seluruh teman seperjuangan aktivis kampus yang sudah memberi pengalaman yang luar biasa

Terhadap seluruhnya tiada kiranya penulis bisa membalas seluruhnya, hanyalah doa dan puji syukur ke Allah SWT, semoga memberi balasan kebaikan ke semuanya. Aamiin.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta, 6 April 2023

Nuraeni Herviana

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui dan menganalisis pengaruh Sistem pembayaran terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna Gojek di Kabupaten Klaten melalui Kualitas Pelayanan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel yang dipakai adalah *non-probability* dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 100 responden pengguna Gojek di wilayah Kabupaten Klaten. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online dan wawancara secara langsung.

Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 4.0,9.1, Analisis data dilakukan untuk menentukan pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel independen (Sistem pembayaran) dan variabel mediasi (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependen (Loyalitas Pelanggan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembayaran memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas Pelanggan. Kemudahan dan kecepatan transaksi yang diberikan membuat pelanggan setia pada jasa tersebut. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Kecepatan respon terhadap keluhan pelanggan menjadikan pelanggan menjadi loyal terhadap jasa tersebut. Sistem pembayaran mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kualitas pelayanan. Sistem pembayaran yang mudah dan efisien bisa membuat konsumen merasa puas dengan layanan yang Gojek berikan dan berpotensi untuk menjadi pelanggan tetap yang loyal. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dan positif dalam memediasi hubungan sistem pembayaran dengan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dan kemudahan sistem pembayaran yang diberikan dapat memuaskan bagi pelanggan dan terciptanya loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Sistem pembayaran, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

## ***ABSTRACT***

This study aims to determine and analyze the effect of the payment system on customer loyalty of Gojek users in Klaten Regency through Service Quality as a mediating variable. This research uses quantitative research methods. The sample used is non-probability with a purposive sampling technique of 100 respondents using Gojek in the Klaten Regency area. Data collection through the distribution of online questionnaires and in-person interviews.

Data analysis technique used Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the help of SmartPLS 4.0,9.1 software. Data analysis was carried out to determine the direct and indirect effect between the independent variable (payment system) and the mediating variable (Quality of Service) on the variable dependent (Customer Loyalty).

The results of the study show that the payment system has a significant and positive effect on customer loyalty. The ease and speed of transactions provided make customers loyal to these services. Service quality has a significant and positive influence on customer loyalty. The speed of response to customer complaints makes customers loyal to these services. The payment system has a significant and positive influence on service quality. An easy and efficient payment system can make consumers feel satisfied with the services that Gojek provides and have the potential to become loyal repeat customers. Service Quality has a significant and positive influence in mediating the relationship between the payment system and customer loyalty. Good service quality and ease of payment systems provided can satisfy customers and create customer loyalty.

**Keywords:** Payment system, Service Quality, Customer Loyalty

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN NOTA DINAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRAK .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah .....	9
1.4 Rumusan Masalah .....	9

1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.2 Sistem pembayaran.....	13
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	15
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan	17
2.3 Kerangka Penelitian	20
2.4 Hipotesis Penelitian	21
2.4.1 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pegguna Gojek .....	21
2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pegguna Gojek .....	22
2.4.3 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Kualitas Pelayanan Pegguna Gojek .....	23
2.4.4 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kualitas Pelayanan.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian	25
3.2 Jenis Penelitian	25
3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	25

3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel .....	26
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	27
3.4 Data dan Sumber Data	28
3.4.1 Data Primer .....	28
3.4.2 Data Sekunder.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Variabel-variabel Penelitian	29
3.7 Definisi Operasional Variabel	30
3.8 Teknik Analisis Data	32
3.8.1 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> .....	32
3.8.2 Model Struktural atau <i>Inner Model</i> .....	34
3.8.3 Uji Hipotesis .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian	36
4.2 Karakteristik Responden	36
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	37
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.2.5 Karakteristik Responden Menggunakan Jasa Gojek .....	40
4.3 Hasil Analisis Data	40

4.3.1 Analisis <i>Outer Model</i> .....	41
4.3.2 Analisis <i>Inner Model</i> .....	45
4.3.3 Uji Hipotesis .....	49
4.4 Pembahasan.....	52
4.4.1 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Gojek .....	52
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Gojek .....	53
4.4.3 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Kualitas Pelayanan Pengguna Gojek .....	54
4.4.4 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kualitas Pelayanan.....	55
BAB V PENUTUP .....	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	58
5.3 Saran .....	58
DAFTAR PUSTAKA .....	60
LAMPIRAN.....	64



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Jasa Gojek .....	40
Tabel 4.6 Nilai <i>Outer Loading</i> .....	42
Tabel 4.7 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> .....	43
Tabel 4.8 <i>Fornell Lacker</i> .....	43
Tabel 4.9 <i>Cronbach's Alpha</i> .....	44
Tabel 4.10 Nilai <i>R-Square Model 1</i> .....	46
Tabel 4.11 Nilai <i>R-Square Model 2</i> .....	47
Tabel 4.12 Nilai <i>R-Square Model 3</i> .....	48
Tabel 4.13 <i>Path Coefficient (Direct Effect)</i> .....	50
Tabel 4.14 Uji Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ).....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perusahaan Aplikasi Transportasi Online yang Digunakan Publik Jabodetabek .....	2
Gambar 1.2 Jumlah Penggunaan Dompet Digital di Indonesia .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	21
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i> .....	41
Gambar 4.2 <i>Inner Model 1</i> .....	46
Gambar 4.3 <i>Inner Model 2</i> .....	47
Gambar 4.4 <i>Inner Model 3</i> .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	64
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian.....	70
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian.....	73
Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian.....	76
Lampiran 6 Karakteristik Responden .....	79
Lampiran 7 Hasil <i>PLS Alghorithma Convergent validity</i> .....	82
Lampiran 8 Hasil <i>PLS Alghorithma Discriminant Validity</i> .....	83
Lampiran 9 Hasil <i>PLS Alghorithma Uji Reliabilitas</i> .....	83
Lampiran 10 Hasil <i>PLS Alghorithma R-square</i> .....	83
Lampiran 11 Hasil <i>PLS Bootstrapping Path Coefficients (Mean, STDEV, t-value)</i> .....	84
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup.....	86
Lampiran 13 Bukti Cek Plagiarisme .....	87

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

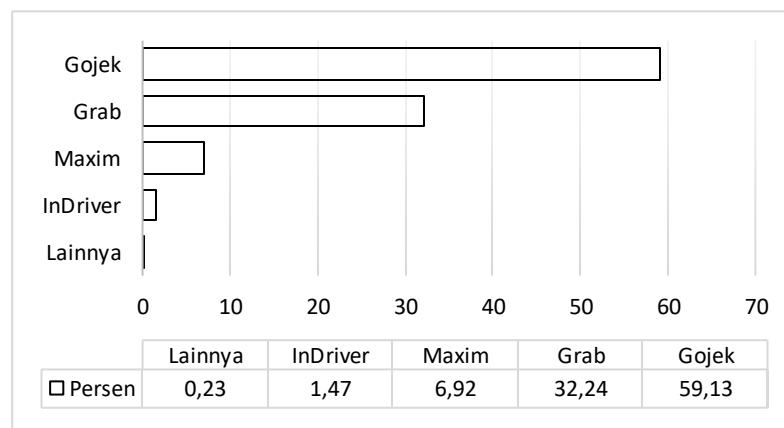
Pada era globalisasi sekarang, TIK, terutama Internet, telah berkembang pesat Maharama dan Kholis, (2018). Perkembangan sektor transportasi terpengaruhi oleh kemajuan teknologi dan informasi. Sekarang banyak orang yang menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari Oktarini, (2020). Satu kemungkinan adalah bahwa manusia, sebagai makhluk sosial, memiliki beragam keperluan yang wajib dicukupi supaya mereka bisa hidup dengan kualitas hidup yang memadai. Kebutuhan-kebutuhan tersebut mungkin tidak bisa dipenuhi dalam satu tempat. Oleh karena itu, manusia membutuhkan bantuan sarana transportasi dalam memindahkan orang ataupun barang dari satu tempat ke tempat lain (Juniantara dan Sukawati, 2018).

Salah satu perusahaan transportasi yang sedang berkembang pesat di Indonesia ialah Gojek Angraini dan Budiarti, (2020). Pada tahun 2010, Nadiem Makarim, Kevin Aluwi, dan Michaelangelo Moran mendirikan PT. Gojek Indonesia. Awal pengembangan inovasi aplikasi Gojek ini dimulai ketika Nadiem menyadari bahwa masalah utama para pengemudi ojek adalah waktu yang tidak efisien atau terlalu lama, seperti menunggu kedatangan pelanggan, dan untuk menyediakan layanan kepada pelanggan yang ingin menggunakan jasa layanan, pengemudi harus bergantian dengan pengemudi lainnya (Widnyani et al., 2020).

"Pasti Ada Jalan" merupakan slogan aplikasi Gojek yang memiliki arti memberikan solusi atas tantangan dalam kehidupan sehari-hari konsumen. Gojek mengidentifikasi tiga pilar layanannya yang paling penting: Kecepatan : penyediaan bantuan tepat waktu, pencarian pengetahuan yang berkelanjutan, dan kemampuan untuk pulih dari kegagalan. Inovasi: selalu menyajikan teknologi terbaru yang dapat mempermudah kehidupan dan mencoba hal-hal yang berbeda. Dampak Sosial: memberikan dampak sosial positif yang paling besar bagi masyarakat Indonesia. Saat ini, Gojek ada di 50 kota besar Indonesia, termasuk Medan, Bandung, Yogyakarta, Bali, Jabodetabek, dan beberapa kota besar lain (Widnyani et al., 2020).

Keberadaan aplikasi Gojek dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia. Pengguna aplikasi Gojek telah mencapai angka 100 juta pengguna smartphone berbasis sistem Android maupun iOS (Maharama dan Kholis, 2018).

Gambar 1.1  
Perusahaan Aplikasi Transportasi Online yang  
Digunakan Publik Jabodetabek

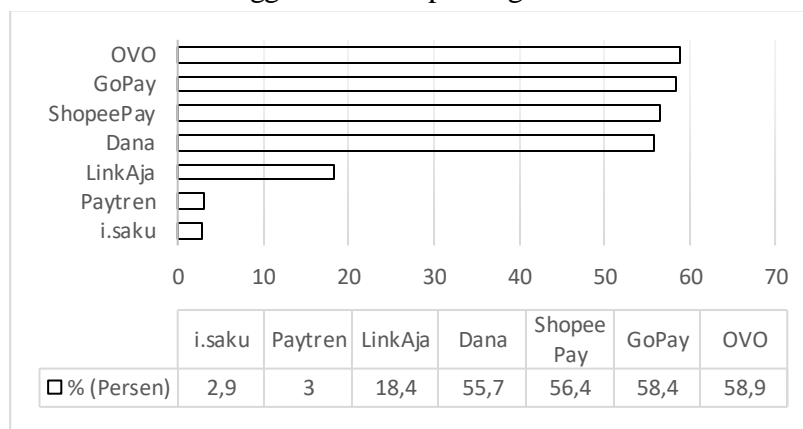


Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022

Salah satu penyedia layanan transportasi online, Gojek mampu mempertahankan posisinya di pasar yang semakin kompetitif. Gojek terus memberikan kualitas pelayanannya dengan menambahkan berbagai layanan seperti *Go Clean*, *Go Box*, *Go Tix*, *Go Send*, *Go Food*, *Go Ride* dan masih banyak layanan lainnya yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan konsumennya (Anggraini dan Budiarti, 2020).

Gojek juga memberikan fasilitas konsumennya dengan kemudahan dalam pembayaran layanan. Metode pembayaran tunai dan non-tunai adalah dua jenis opsi pembayaran yang tersedia di aplikasi Gojek. *GoPay* adalah metode pembayaran yang digunakan untuk transaksi non-tunai, proses transaksi dilakukan dengan memotong saldo *GoPay* yang dimiliki konsumen untuk layanan yang mereka nikmati. Tarif jasa yang diberikan tergantung pada jarak yang akan ditempuh oleh pelanggan. Dengan adanya pilihan sistem pembayaran ini dapat memberikan kemudahan kepada pengguna jasa Gojek agar lebih efektif dan efisien (Nirawati et al., 2020).

Gambar 1.2  
Jumlah Penggunaan Dompet Digital di Indonesia



Sumber: databoks.katadata.co.id, 2021

Pelanggan memiliki pengaruh besar bagi setiap perusahaan, dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan kondisi lingkungan internal maupun eksternal Juniantara dan Sukawati, (2018). Dengan memberikan loyalitas pelanggan prioritas pertama, perusahaan telah menetapkan rencana untuk memperkuat keunggulan kompetitifnya. Loyalitas pelanggan menurut Kotler dan Keller (2012) adalah keinginan pelanggan dalam melakukan pembelian barang dari perusahaan dengan jangka masa yang lama, keinginan mereka untuk merekomendasikan produk perusahaan itu kepada teman dan kolega, dan preferensi dan niat mereka untuk membeli produk tersebut di masa depan (Widnyani et al., 2020).

Salah satu metode untuk menekankan loyalitas pelanggan adalah memprioritaskan kepuasan pelanggan Juniantara dan Sukawati, (2018). Kepuasan pelanggan ialah tujuan perusahaan. Kepuasan pelanggan, yang terdiri dari persepsi tentang seberapa baik kinerja jasa atau produk yang dipilih memenuhi atau bahkan melebihi harapan, digunakan untuk evaluasi pasca pembelian. Penilaian dari pelanggan yang menunjukkan bahwa layanan atau produk berfungsi seperti yang diharapkan dapat digunakan untuk menentukan apakah kepuasan pelanggan telah efektif atau tidak (Anggraini dan Budiarti, 2020).

Hasil penelitian Hanifa et al., (2019) mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Gojek di antara mahasiswa Universitas Negeri Padang dengan kepuasan pelanggan sebagai mediator memiliki manfaat dalam meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi

loyalitas pelanggan Gojek. Temuan penelitian ini bisa dipakai dalam mengembangkan strategi pemasaran yang meningkatkan loyalitas pelanggan ke tingkat yang lebih besar.

Sedangkan kelemahan pada penelitian ini adalah populasi atau sampel hanya melibatkan mahasiswa Universitas Negeri Padang. Dengan adanya sebab itu, tidak mungkin untuk menerapkan temuan penelitian ini ke seluruh populasi. Selain itu, instrumen pengukuran yang buruk atau tidak valid dapat menghasilkan data yang tidak akurat atau tidak dapat diandalkan. Hal ini dapat menghasilkan kesimpulan yang salah tentang pengaruh variabel-variabel tertentu pada loyalitas pelanggan.

Sistem pembayaran menjadi pertimbangan pelanggan dalam menentukan apakah akan menggunakan produk tersebut atau tidak. Menurut Undang-Undang No. 23/1999 tentang BI, sistem pembayaran merupakan proses atau metode yang terkait dengan transfer berbagai nilai moneter (instrumen pembayaran) dari satu pihak ke pihak lain dan terjadi sebagai hasil dari keberadaan transaksi ekonomi Pontoh et al., (2021). Dalam mendukung stabilitas sistem keuangan yang dikembangkan, sistem pembayaran mengembangkan metode baru dalam metode pembayaran. Pembayaran pada awalnya dilakukan hanya dengan uang tunai (*cash*), saat ini sudah berkembang ke arah pembayaran digital atau dikenal dengan sebutan *electronic money (e-money)* (Tarantang et al., 2019).

Kemajuan teknologi pembayaran non-tunai telah menjadi solusi yang lebih efektif dan efisien. Beberapa aplikasi pembayaran digital atau non-tunai yang



saat ini populer di masyarakat antara lain Dana, *GoPay* (Fitur Kredit Gojek), dan Ovo. Tujuan dari aplikasi tersebut adalah untuk memudahkan transaksi dalam berbagai aktivitas seperti pembayaran ojek online, pesan antar makanan, pembelian paket data/pulsa, pembayaran tagihan listrik/telepon, pembelian tiket kereta, pembelian tiket bioskop, pembayaran PDAM, dan berbagai kemudahan lainnya yang disediakan oleh aplikasi pembayaran digital (Tarantang et al., 2019).

Kualitas pelayanan merupakan sekian dari banyak aspek yang berpengaruh ke loyalitas pelanggan. Saat ini, konsumen sangat memperhatikan kualitas pelayanan karena hal ini menjadi representasi dari citra diri mereka. Gojek selalu berusaha memberikan layanan yang berkualitas dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Bagi perusahaan jasa, memberikan pelayanan berkualitas tinggi kepada pelanggan menjadi suatu keharusan untuk mencapai kesuksesan (Anggraini dan Budiarti, 2020).

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), kepuasan pelanggan sangat berkorelasi dengan kualitas layanan. Dengan ini, perusahaan bisa membuat kualitas pelayanan meningkat supaya tercapainya kepuasan pelanggan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang memuaskan dapat menimbulkan loyalitas pelanggan (Juniantara dan Sukawati, 2018).

Beberapa peneliti terdahulu telah melakukan penelitian tentang loyalitas pelanggan. Namun, masih ada hasil yang berbeda dalam penelitian ini, terutama yang berhubungan dengan variabel kualitas pelayanan. Berdasarkan perbedaan hasil tersebut, maka peneliti ingin mengkaji ulang pada variabel tersebut.

Dalam penelitian Anggraini dan Budiarti (2020), memperlihatkan jika ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Hal yang sama bisa ditemukan pada penelitian Novianti et al. (2018), memperlihatkan jika loyalitas pelanggan yang positif dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Penelitian Hanifa et al. (2019) memperlihatkan temuan yang beda bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh secara negatif oleh kualitas pelayanan. Peneliti tertarik untuk meninjau ulang hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebagai akibat dari kesenjangan atau *research gap* dalam penelitian tersebut.

Objek penelitian berfokus pada populasi di wilayah Klaten yang menggunakan aplikasi Gojek dan bagaimana mereka menilai sistem pembayaran dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Gojek. Hal ini didasarkan pada faktor-faktor yang diperhatikan konsumen sebelum memilih produk tersebut. Berdasarkan konteks temuan penelitian yang disebutkan di atas, peneliti tertarik dalam mengidentifikasi “Pengaruh sistem pembayaran terhadap loyalitas pelanggan pengguna Gojek melalui kualitas pelayanan sebagai variabel mediasi (Studi Kasus Pelanggan Pengguna Gojek Wilayah Kabupaten Klaten)”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang sudah dijelaskan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Banyaknya aplikasi yang mirip dengan Gojek yang menawarkan fitur-fitur serupa menjadi bahan pertimbangan pelanggan sebelum memutuskan penggunaan pada aplikasi Gojek
2. Ketatnya persaingan di industri jasa transportasi, menuntut perusahaan Gojek untuk memberi kualitas pelayanan setinggi mungkin ke pelanggan karena kualitas pelayanan ialah salah satu aspek terpenting yang memberikan pengaruh ke loyalitas pelanggan.
3. Dalam studi Anggraini dan Budiarti (2020), memperlihatkan jika ada hubungan signifikan dan positif kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Hal sejalan juga ditemukan dalam studi Novianti et al. (2018), memperlihatkan jika loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Namun, studi Hanifa et al. (2019) memperlihatkan temuan yang beda bahwa loyalitas pelanggan berdampak secara negatif oleh kualitas pelayanan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Guna mencegah ruang lingkup penelitian yang terlampaui luas sehingga menyimpang dari ruang lingkup penelitian, penulis membatasi isu-isu atau masalah yang akan diteliti. Berikut ini adalah keterbatasan masalah:

1. Penelitian ini bersifat koresional yaitu menguji hubungan antara penggunaan aplikasi Gojek terhadap loyalitas pelanggan Gojek di daerah Klaten.
2. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data (Responden masyarakat di wilayah Klaten).
3. Penelitian ini memiliki tujuan guna memahami faktor-faktor Sistem pembayaran (X), Kualitas pelayanan (Z), dan Loyalitas Pelanggan (Y).

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasar dari latar belakang yang dijabarkan, terdapat beberapa perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah sistem pembayaran berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna Gojek?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna Gojek?
3. Apakah sistem pembayaran berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pengguna Gojek?
4. Apakah kualitas pelayanan memediasi hubungan sistem pembayaran dan loyalitas pelanggan pengguna Gojek?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Dalam rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran terhadap loyalitas pelanggan pengguna Gojek
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Gojek
3. Untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran terhadap kualitas pelayanan pengguna Gojek
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan memediasi hubungan antara sistem pembayaran dan loyalitas pelanggan pengguna Gojek

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberi kebermanfaatan antara lain :

1. Manfaat Praktis (Operasional)

Penelitian ini diharapkan memberi informasi yang berguna untuk manajemen perusahaan, terutama yang terkait penggunaan Gojek, serta berfungsi sebagai rujukan dalam membuat kualitas pelayanan meningkat yang bisa dipahami dan diterima oleh seluruh golongan masyarakat.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa dipakai untuk referensi dan akan memberikan informasi untuk penelitian selanjutnya pada topik yang serupa.

## **1.7 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini adalah :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematik penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini mencakup dasar-dasar teoritis penelitian pada variabel loyalitas pelanggan, sistem pembayaran, kualitas pelayanan, penelitian sebelumnya, kerangka konseptual penelitian dan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini mencakup wilayah dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik sampling, data dan sumber data, metode mengumpulkan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas gambaran general dari hasil penelitian, uji dan analisis data, dan pembahasan mengenai hasil data.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan simpulan singkat tentang hasil studi dan pembahasan, keterbatasan studi, dan saran untuk penelitian lebih lanjut.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Loyalitas Pelanggan**

Secara teoritis, loyalitas telah dibuktikan sebagai salah satu hasil dari kepuasan pelanggan yang telah disebutkan dalam banyak penelitian. Melalui komitmen, kepuasan pelanggan dijadikan sebagai faktor kunci yang baik langsung ataupun tak langsung berpengaruh ke loyalitas pelanggan (Nguyen et al., 2020).

Secara harfiah, loyalitas merujuk pada kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Loyalitas pelanggan dalam pengaturan bisnis mengacu pada persepsi pelanggan yang menguntungkan tentang merek dan niat mereka untuk terus membeli barang di masa depan. Akibatnya, preferensi pelanggan dan pembelian nyata selalu terkait dengan loyalitas (Juniantara dan Sukawati, 2018).

Kotler dan Keller (2009) menyatakan loyalitas ialah komitmen yang sangat kuat yang ditunjukkan oleh konsumen untuk terus melakukan pembelian atau menggunakan layanan atau produk tersebut pada masa mendatang, terlepas dari setiap kesulitan dan inisiatif pemasaran yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian. Dengan kata lain, seorang pelanggan dikatakan setia jika mereka telah melakukan setidaknya dua atau tiga pembelian barang yang sama Juniantara dan Sukawati, (2018). Loyalitas pelanggan memiliki dua kondisi penting yaitu :

1. Retensi pelanggan (*customer retention*), adalah pelanggan yang terus membeli produk atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Untuk menentukan tingkat retensi pelanggan dengan cara mempertimbangkan jumlah pelanggan yang membeli beberapa produk selama periode masa tertentu.
2. Total pangsa pelanggan (*total share of customer*) adalah presentase total pengeluaran konsumen pada perusahaan tertentu dibandingkan dengan total pengeluaran pelanggan pada seluruh perusahaan di pasar yang sama (Dwi Wahyuni, 2017).

Menurut Jill Griffin, ada beberapa indikator yang menunjukkan seorang pelanggan loyal, yaitu :

- 1) Membeli ulang (*repurchase*)
- 2) Membeli dari berbagai produk dan layanan (*cross-line purchases*)
- 3) Memiliki tingkat retensi atau kekebalan terhadap pengaruh dari pesaing (*retention*)
- 4) Memberikan referensi atau anjuran ke individu lain tentang barang atau jasa (*referral*) (Widnyani et al., 2020).

### **2.1.2 Sistem pembayaran**

Berdasar Undang-Undang No. 23/1999 tentang Bank Indonesia, sistem pembayaran merupakan proses atau metode yang terkait dengan transfer berbagai nilai moneter (instrumen pembayaran) dari satu pihak ke pihak lain dan terjadi sebagai hasil dari keberadaan transaksi ekonomi Handayani, (2021). Sistem pembayaran merupakan sebuah transaksi uang atau sekuritas dari satu individu ke individu lain. Ada banyak cara untuk melakukannya, mulai dari



metode pembayaran sederhana hingga sistem pembayaran yang kompleks yang melibatkan beberapa lembaga atau instansi. Bank Indonesia bertanggung jawab untuk memantau operasi sistem layanan pembayaran di Indonesia dan memastikan bahwa berfungsi dengan benar, sesuai dengan kewenangan yang diberikan oleh hukum perbankan (Widyayanti, 2020).

Pembayaran tunai dan non tunai adalah dua jenis sistem pembayaran yang digunakan setiap hari.

1. Pembayaran Tunai (*cash*)

Pembayaran tunai adalah pembayaran yang dilakukan setelah pembelian barang atau jasa. Uang kertas dan koin yang membentuk mata uang rupiah Indonesia digunakan untuk melakukan pembayaran.

2. Pembayaran Dilakukan Tanpa Uang Tunai (*non-cash*)

Pembayaran *non-cash* adalah transaksi yang dilakukan melalui kartu atau aplikasi, sistem pembayaran ini menjadi semakin populer sebagai hasil dari inovasi seperti kartu debit /ATM, kartu kredit, dan beragam tipe dompet digital seperti Dana, Ovo, dan *GoPay* (Aly dan Trianasari, 2020).

Di dalam aplikasi Gojek memiliki 2 (dua) sistem pembayaran yang tersedia, yaitu :

- a. *GoPay (non cash)*

*GoPay* adalah sebuah sistem pembayaran digital yang disediakan oleh aplikasi Gojek, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi keuangan dan pembayaran melalui *platform* tersebut. Semua layanan yang ditawarkan oleh aplikasi Gojek dapat dibayar untuk menggunakan *GoPay*,

seperti layanan transportasi ojek *online* atau *GoRide*, *GoFood*, *GoCar*, *GoMart* hingga *GoTagihan*. Dalam pengisian saldo *GoPay* dapat dilakukan pada ATM, minimarket, Alfamart, dan pengemudi (*driver*) (Tarantang et al., 2019).

b. Tunai (*Cash*)

Pembayaran tunai merupakan metode pembayaran secara langsung kepada *driver* saat setelah selesai memakai jasa tersebut (Nirawati et al., 2020).

Sistem pembayaran memiliki 4 (empat) indikator sebagai berikut :

- 1) Layanan yang lebih cepat dan lebih aman
- 2) Waktu yang dihabiskan lebih sedikit, lebih produktif, dan lebih efisien
- 3) Kemudahan
- 4) Dapat diisi kapanpun dengan layanan lain yang ditawarkan (Dwi Susanti et al., 2021).

### 2.1.3 Kualitas Pelayanan

Kemampuan untuk memuaskan keinginan dan preferensi pelanggan dalam pengiriman layanan disebut kualitas pelayanan. Hasil evaluasi pelanggan terhadap penyedia layanan, yang membandingkan harapan pelanggan dengan tingkat layanan yang diberikan, juga digambarkan dalam beberapa sudut pandang sebagai ukuran kualitas pelayanan (Dam dan Dam, 2021).

Ada dua jenis kualitas dalam hal layanan, baik dan buruk, tetapi kualitas pelayanan adalah sesuatu yang dapat diubah dan fleksibel. Penyesuaian ini diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Melakukan survei pelanggan atau observasi untuk mengumpulkan umpan balik tentang layanan yang ditawarkan hanyalah salah satu dari banyak tindakan yang dapat diambil

untuk mendukung perubahan dalam kualitas pelayanan. Ketika layanan memenuhi harapan pelanggan, dianggap baik. Kebutuhan dan keinginan pelanggan dan layanan yang ditawarkan harus seimbang untuk memastikan kepuasan pelanggan (Indrasari, 2019).

Menurut Lupiyoadi (2006) dalam (Rasyid, 2017), kualitas layanan yang buruk berarti bahwa kinerja tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Subihaiani (2001) menyatakan bahwa ukuran kepuasan pelanggan dapat dilihat sebagai hal yang dipengaruhi oleh kesenjangan antara apa yang diharapkan pelanggan dan bagaimana mereka melihat kualitas layanan. Tjiptono (2014) dalam (Indrasari, 2019), mendefinisikan kualitas pelayanan yang baik ialah sebagai penyediaan layanan yang mencukupi ekspektasi konsumen dan memenuhi kebutuhan mereka.

Menurut Tjiptono (2011) dalam (Indrasari, 2019) kualitas pelayanan memiliki lima indikator sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (*Tangible*)
2. Rasa empati (*Emphaty*)
3. Penjaminan (*Asurance*)
4. Kecepatan respon (*Responsiveness*)
5. Keandalan (*Reability*)

## 2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Sejumlah temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini dipakai untuk dijadikan referensi dan bahan perbandingan pada penelitian ini :

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Juniantara dan Sukawati, 2018	Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan	Kuantitatif	Harga, iklan, dan kualitas layanan mempunyai dampak signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga memiliki dampak signifikan dan positif pada loyalitas pelanggan.
2.	Hasan, 2020	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Furniture Sebagai Produk Pihak Ketiga Dalam Upaya Bersaing Dengan E-Commerce Dan Perubahan Social Ekonomi Global	Kuantitatif	Hasil Penelitian Ini Mendukung Gagasan Bahwa Kombinasi Faktor, harga, kualitas produk serta Metode Pembayaran Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Membeli Furnitur Di Kecamatan Kampar. Dua Toko Furnitur – Palace Meubel BHR Dan Dzikra Meubels – Digunakan Untuk Penelitian Ini.
3.	Anggraini dan Budiarti, 2020	Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayannya Terhadap	Kuantitatif	Menurut temuan penelitian, promosi tidak berpengaruh signifikan dan positif ke loyalitas pelanggan

		Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek		sedangkan faktor harga berpengaruh positif dan signifikan. Selain itu, kualitas pelayanan juga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan, promosi, dan kualitas layanan, serta pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan, semuanya dimediasi oleh loyalitas pelanggan, menurut penelitian. Dengan kata lain, hubungan antara harga, promosi, harga layanan dan loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Loyalitas konsumen juga berdampak pada kepuasan pelanggan.
4.	Novianti et al., 2018	Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kualitas Pelanggan	Kuantitatif	Ada dampak langsung yang signifikan dari promosi dan kualitas pelayanan atas kesetiaan pelanggan dan kepuasan pelanggan. Melalui kepuasan pelanggan, kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Melalui kepuasan pelanggan, promosi juga berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan.

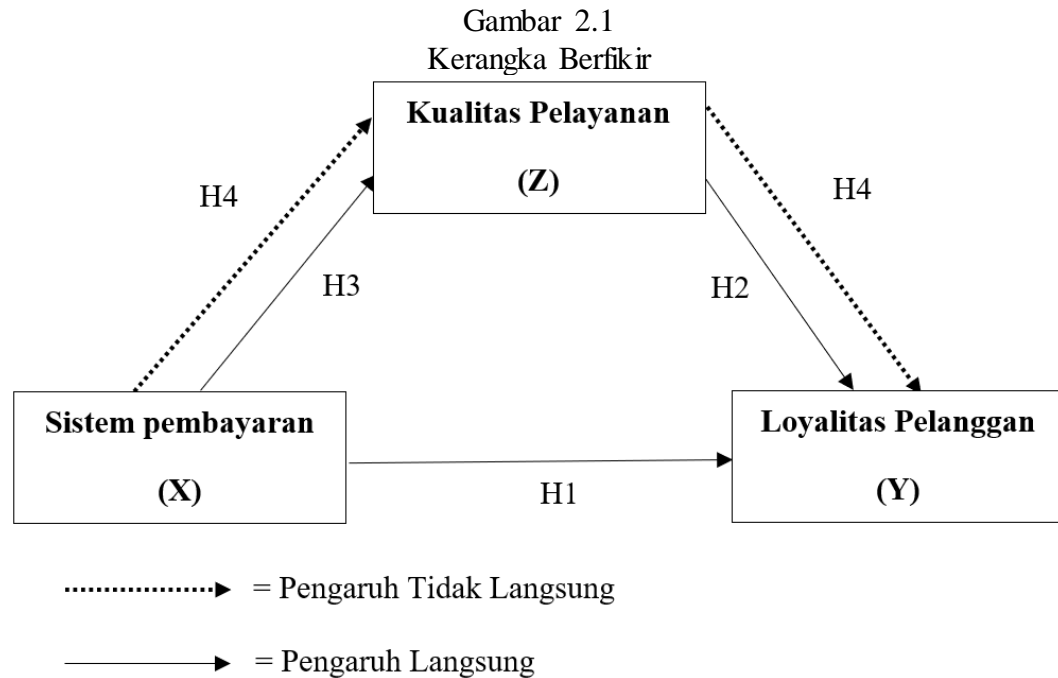
5.	Nursanto, 2009	Pengaruh Sistem Pembiayaan Kesehatan Terhadap Persepsi Kualitas Pelayanan Rawat Inap di RS Medika Mulya Wonogiri	Kuantitatif	Berdasarkan temuan penelitian, dapat dikatakan bahwa sistem pembiayaan dan kualitas pelayanan perawatan kesehatan berhubungan secara signifikan.
6.	Aprillandini, 2022	Pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan sistem pembayaran pada loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi	Kuantitatif	Kualitas pelayanan dan kemudahan sistem pembayaran berdampak signifikan dan positif ke loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan tidak langsung pada loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, serta kemudahan sistem pembayaran.
7.	(Jimmy, 2016)	Pengaruh Harga Produk Dan Sistem pembayaran Terhadap Kualitas pelayanan Di PT. Premier Engineering Indonesia (Studi Kasus PT. Perdana Menteri Indonesia Di Kota Medan	Kuantitatif	Temua studi sebagian memperlihatkan jika variabel harga produk memiliki dampak signifikan dan negatif pada kualitas pelayanan di PT Premier Engineering Indonesia karena memiliki thitung < ttable dengan nilai $-2.040 < 1,67469$ . Sistem pembayaran dan harga produk secara bersamaan memiliki dampak positif dan signifikan pada kualitas pelayanan di PT. Premier Engineering Indonesia memiliki

				<p>thitung &gt; t<sub>table</sub> dengan nilai 2.838 &gt; 1,67469. Variabel sistem pembayaran dan harga produk secara bersamaan mempengaruhi kualitas pelayanan Premier Engineering Indonesia karena memiliki F<sub>hitung</sub> &gt; F<sub>tabel</sub> dengan nilai 6,006 &gt; 3,19. Variabel kualitas pelayanan dipengaruhi oleh variabel harga produk dan variabel sistem pembayaran 19,7%, sementara 80,3% yang tersisa dijabarkan oleh pengaruh aspek / variabel lain di luar model seperti kompensasi dan lingkungan kerja yang tidak tercakup dalam penelitian ini.</p>
--	--	--	--	--

### 2.3 Kerangka Penelitian

Proses penelitian ilmiah didasarkan pada serangkaian konsep dasar yang disebut sebagai kerangka teoritik atau kerangka berfikir. Teori yang telah dikembangkan dapat diperluas dan dijelaskan dengan menggunakan hubungan antara variabel yang terkait dengan subjek penelitian yang dipelajari. Hal ini dicapai dengan menggunakan kerangka berpikir yang dijelaskan oleh Barlian, (2018). Untuk memudahkan dalam melakukan analisis penelitian ini, telah dibuat kerangka berpikir mengenai sistem pembayaran terhadap loyalitas pelanggan pengguna Gojek, melalui kualitas layanan sebagai variabel mediasi.

Berikut ini adalah kerangka teoritis yang digunakan dalam penelitian ini :



## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari peneliti terhadap pertanyaan yang diteliti untuk dibuktikan kebenarannya. Berdasar pada kerangka pemikiran teoritis, maka hipotesis yang dapat diambil pada penelitian ini adalah:

### 2.4.1 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Gojek

Menurut Undang-Undang No. 23/1999 tentang Bank Indonesia, sistem pembayaran merupakan proses atau metode yang terkait dengan transfer berbagai nilai moneter (instrumen pembayaran) dari satu pihak ke pihak lain dan terjadi sebagai hasil dari keberadaan transaksi ekonomi Handayani, (2021). Sementara itu, menurut Humphrey et al seperti yang dikutip oleh Hasan (2020),



sistem pembayaran adalah sebuah desain yang memfasilitasi pasar keuangan agar dapat beroperasi dan mempertemukan dunia nyata dengan dunia finansial.

Dalam studi oleh (Hasan, 2020) tentang pengaruh harga, kualitas, dan sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian meubel. Diketahui bahwa keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh faktor sistem pembayaran. Temuan peneliti tersebut mendukung pernyataan (Aprillandini, 2022) bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi signifikan dan positif oleh kemudahan sistem pembayaran. Dengan ini, bisa diambil simpulan jika hipotesis pertama pada studi ini ialah:

H1: Sistem pembayaran Berpengaruh Secara Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Gojek

#### **2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Gojek**

Tjiptono (2011) menyatakan jika kualitas pelayanan merujuk pada usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik dalam produk maupun layanan, serta kesesuaian pengirimannya untuk sejalan dengan harapan konsumen Rohaeni dan Marwa, (2018). Rangkuti (2002) dalam (Bulkia, 2018) menyatakan bahwa layanan yang dirasakan dan diharapkan adalah dua komponen yang membentuk kualitas pelayanan.

Dalam penelitian (Wenas, 2018) menunjukkan bahwa hasil penelitian secara simultan dan parsial kualitas pelayanan berdampak ke loyalitas pelanggan. Studi serupa oleh Akbar et al., (2021) jika kualitas pelayanan

berdampak secara signifikan ke loyalitas pelanggan. Dengan ini, bisa diambil simpulan jika hipotesis kedua dalam penelitian ialah:

H2: Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Gojek

### **2.4.3 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Kualitas Pelayanan Pengguna Gojek**

Sistem pembayaran yang mudah, efisien, lengkap, dan keamaannya terjaga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan mengurangi waktu dan usaha yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk melakukan pembayaran. Akibatnya, kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan serta membantu mempertahankan loyalitas mereka.

Dalam penelitian yang dilakukan Nursanto, (2009) bisa diambil simpulan jika sistem pembiayaan layanan kesehatan memiliki pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan rumah sakit. Temuan serupa juga ditemukan dalam penelitian Cahyanti et al., (2019) menunjukkan hasil bahwa hal yang mempengaruhi kepatuhan dengan pembayaran pajak kendaraan bermotor adalah variabel kualitas pelayanan. Selain itu, studi Jimmy, (2016) juga memperlihatkan temuan jika variabel sistem pembayaran berpengaruh signifikan dan positif terhadap kualitas pelayanan. Dengan ini, bisa diambil simpulan jika hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H3: Sistem Pembayaran Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kualitas Pelayanan

#### **2.4.4 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kualitas Pelayanan**

Sistem pembayaran yang baik dan efisien dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Jika proses pembayaran cepat, mudah, dan tanpa masalah besar, kepuasan pelanggan dapat meningkat. Namun, sistem pembayaran yang baik saja tidak cukup untuk membangun loyalitas pelanggan. Layanan pelanggan yang baik dapat disampaikan dengan kemudahan komunikasi dengan layanan pelanggan, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, dan penyelesaian masalah pelanggan.

Dalam penelitian Aprillandini, (2022), Kemudahan sistem pembayaran dapat memediasi hubungan antara loyalitas pelanggan terhadap aplikasi OVO dan kemudahan sistem pembayaran yang berdampak signifikan dan positif ke kepuasan pelanggan. Dengan ini, bisa diambil simpulan jika hipotesis ke 4 ini ialah:

H4: Kualitas Pelayanan Memediasi Hubungan Sistem pembayaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Gojek

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pengguna Gojek di wilayah Kabupaten Klaten, dimulai pada bulan Desember 2022 dan berakhir hingga akhir periode penelitian.

### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian kuantitatif yang bersifat *explanatory research* dipakai di penelitian ini. Tujuannya yakni guna menyelidiki bagaimana satu variabel mempengaruhi yang lain dan bagaimana hubungannya dengan variabel lain. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana fenomena-fenomena sosial terjadi (Ibrahim et al., 2018).

Menurut Sugiyono (2018) dalam (Balaka, 2022) mejabarkan jika pendekatan kuantitatif mengacu pada penelitian berdasarkan filsafat positif untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu, pengambilan sampel acak dan pengumpulan data dengan bantuan alat digunakan. Pendekatan ini juga menggunakan analisis data yang bersifat statistik.

### **3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi ialah sebuah kelompok luas dari seluruh aspek yang mempunyai karakteristik serupa, baik itu dalam bentuk peristiwa, objek, atau orang, dan menjadi fokus utama dari suatu penelitian karena dianggap sebagai keseluruhan

dari penelitian tersebut Ahyar et al., (2020). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Gojek wilayah Kabupaten Klaten.

### 3.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel dipakai untuk pengambilan sebagian kecil populasi Ahyar et al., (2020). Peneliti bisa memakai sampel populasi ketika populasi terlalu besar dan mereka memiliki jumlah sumber daya yang terbatas (*money, time, and effort*). Data sampel dapat digunakan untuk menggeneralisasi ke seluruh populasi. Maka dari itu, sangatlah krusial untuk memilih sampel yang representatif dan mewakili populasi dengan baik. Jika sampel tidak representatif, maka hasilnya tidak dapat dipertanggungjawabkan (Soegiyono, 2011).

Dalam menentukan jumlah sampel, studi ini menggunakan rumus Slovin, yaitu (Firdarini, 2020) :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = nilai presisi

Jumlah populasi yang dipakai ialah penduduk kabupaten Klaten yang telah yang sudah berumur 15 tahun keatas yaitu 938.472 jiwa. Jumlah sampel yang digunakan adalah: 10% dari populasi, atau 93,847, menggunakan layanan Gojek, dan jumlah sampel tersebut adalah:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

$$n = \frac{N938.472}{938.472 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{938.472}{9385}$$

$$n = 99,997$$

Dari rumus di atas dengan jumlah populasi 93,847 pengguna jasa layanan Gojek di Kabupaten Klaten, sehingga sampelnya bertotal 99,997 dibulatkan menjadi 100 konsumen Gojek.

### 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini memakai teknik *sampling non-probability*, yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah penunjukkan sampel berdasar atas karakteristik tertentu yang dinilai memiliki hubungan erat dengan karakteristik populasi yang telah diketahui sebelumnya Ahyar et al., (2020). Kata *purposive sampling* memperlihatkan jika teknik ini dipakai dalam meraih tujuan tertentu (Neliwati, 2018).

Oleh karena itu, kriteria berikut digunakan oleh peneliti untuk memilih sampel responden untuk penelitian ini:

1. Laki-laki atau perempuan
2. Usia 15 - 40 tahun
3. Menggunakan Gojek dua kali dalam seminggu
4. Berdomisili di wilayah Kabupaten Klaten

### **3.4 Data dan Sumber Data**

Pada studi ini terdapat sumber data primer dan sekunder.

#### **3.4.1 Data Primer**

Husein dan Umar (2013:42) dalam (Balaka, 2022) menjelaskan bahwa data primer ialah data yang didapatkan langsung dari objek yang diteliti dan selanjutnya diolah oleh peneliti. Data dapat berasal dari wawancara (*offline*) atau hasil dari kuesioner (*online* melalui *google forms*) pada responden wilayah Kabupaten Klaten.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh dan dikumpulkan dari catatan-catatan dan wawancara untuk mendapatkan informasi Ahyar et al., (2020). Pengumpulan data sekunder yang dipakai di penelitian ini diperoleh dari perpustakaan, yang melibatkan studi buku, artikel ilmiah, jurnal, tesis, dan dokumen lain yang terdapat hubungannya dengan topik penelitian.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menerapkan metode pengumpulan data dengan kuesioner secara *online* dan *offline* Soegiyono, (2011). Teknik kuesioner penelitian ini dipakai guna memperoleh data dengan menyampaikan serangkaian pertanyaan pada responden, yaitu masyarakat yang tinggal di wilayah Kabupaten Klaten.

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner *offline* melalui wawancara kepada pengguna aplikasi Gojek secara langsung dan kuesioner *online* melalui *Google Forms* dengan memakai metode skala *likert*. Skala *likert* ialah alat ukur yang menilai sikap responden terhadap variabel tertentu dengan mengumpulkan

pilihan tanggapan mereka terhadap pernyataan yang berkaitan dengan indikator tersebut. Metode skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) jawaban alternatif untuk menentukan tingkat persetujuan responden.

Pilihan jawaban tersebut adalah:

1. Skor 1 Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Skor 2 Tidak Setuju (TS)
3. Skor 3 Netral (N)
4. Skor 4 Setuju (S)
5. Skor 5 Sangat Setuju (SS) (Budiastuti dan Bandur, 2018).

### **3.6 Variabel-variabel Penelitian**

Penelitian ini memakai variabel penelitian sistem pembayaran dan loyalitas pelanggan pengguna aplikasi Gojek. Sistem pembayaran merupakan variabel independen, sementara loyalitas pelanggan menjadi variabel dependen. Selain itu, terdapat variabel mediasi yakni kualitas pelayanan yang berpengaruh ke hubungan antara sistem pembayaran dan loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini memakai:

1. Variabel independen ialah penyebab atau memiliki hubungan teoritis yang bisa berpengaruh ke variabel lain. Dalam studi ini, variabel bebas dipakai oleh Sistem pembayaran dan dilambangkan dengan huruf X seperti yang dijelaskan oleh (Ahyar et al., 2020).
2. Menurut teori Trucman (1988) dalam (Prasetyo Bambang, 2012), Variabel mediasi ialah variabel yang dapat secara tidak langsung, tidak terlihat, atau



dapat diukur memberikan pengaruh hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Variabel mediasi penelitian (Z) ialah Kualitas pelayanan.

3. Variabel terikat yang keberadaannya dipengaruhi variabel bebas, sesuai dengan teori Prasetyo Bambang, (2012). Variabel terikat (Y) yang dipakai di studi ini yaitu Loyalitas Pelanggan.

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian ialah semua item yang peneliti telah pilih untuk dipelajari dengan tujuan untuk mengumpulkan data yang relevan dari mana kesimpulan dapat dibuat tentang temuan penelitian. Konsep, benda, atau fenomena semua dapat dianggap sebagai variabel penelitian dan diukur serta dianalisis (Sugiyono, 2016)

Tabel 3.1  
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Sistem Pembayaran (X)	Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999, sistem pembayaran adalah sekelompok pedoman, organisasi, dan mekanisme yang dipakai dalam mentransfer uang guna memenuhi kewajiban keuangan tertentu. Sistem pembayaran adalah desain yang membantu menjalankan pasar keuangan dan menghubungkannya dengan sektor nyata, menurut Humphrey et al, dikutip oleh (Hasan, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Layanan yang lebih cepat dan lebih aman</li> <li>2. Waktu yang dihabiskan lebih sedikit, lebih produktif, dan lebih efisien</li> <li>3. Kemudahan</li> <li>4. Dapat diisi kapan saja dengan layanan lain yang ditawarkan (Dwi Susanti et al, 2021).</li> </ol>

<p style="text-align: center;">Kualitas Pelayanan (Z)</p>	<p>Menurut Kotler (1997) dalam (Indrasari, 2019), kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk memberikan manfaat baik dalam bentuk fisik ataupun non fisik yang bisa atau tidak dapat berinteraksi dengan produk (Anggraini and Budiarti, 2020). Kualitas Pelayanan dapat ditafsirkan sebagai ukuran kualitas pekerjaan yang dilakukan atau sebagai perbedaan antara harapan klien dan persepsi mereka tentang pekerjaan yang sedang dilakukan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan (<i>Reability</i>)</li> <li>2. Kecepatan respon (<i>Responsiveness</i>)</li> <li>3. Penjaminan (<i>Asurance</i>)</li> <li>4. Rasa empati (<i>Emphaty</i>)</li> <li>5. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) (Indrasari, 2019)</li> </ol>
<p style="text-align: center;">Loyalitas Pelanggan (Y)</p>	<p>Menurut Kotler dan Keller (2009:175) dalam (Juniantara dan Sukawati, 2018), kesetiaan / loyalitas adalah jenis komitmen yang kuat yang membuat orang membeli atau menggunakan produk atau layanan yang mereka minati bahkan ketika ada keadaan yang merugikan dan potensi ancaman terhadap kesejahteraan mereka. Menurut Tjiptono, (2012) dalam (Farisi dan Siregar, 2020), meskipun sering dikaitkan dengan tingkat ulang pembelian, loyalitas pelanggan sebenarnya berbeda dari tingkat ulang. Dalam konteks barang, loyalitas merusak komitmen psikologis terhadap item tertentu yang dipertimbangkan, sedangkan fokus ulang pembelian hanya meluas ke item itu, mungkin karena itu satu-satunya yang tersedia, memiliki harga yang adil, dan seterusnya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membeli ulang (<i>repurchase</i>)</li> <li>2. Membeli dari berbagai lini produk dan layanan (<i>cross-line purchases</i>)</li> <li>3. Memiliki tingkat retensi atau kekebalan terhadap pengaruh dari pesaing (<i>retention</i>)</li> <li>4. Memberikan referensi atau anjuran ke individu lain tentang barang atau jasa (<i>referral</i>) (Widnyani et al., 2020).</li> </ol>

### 3.8 Teknik Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini yakni *Partial Least Square* (PLS), dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4. SEM-PLS adalah salah satu jenis model persamaan struktural (SEM). Untuk menunjukkan kausalitas variabel, analisis SEM menggabungkan analisis regresi, faktor, dan jalur. SEM dapat direpresentasikan dalam bentuk diagram jalur yang menggambarkan hubungan antara variabel penelitian. SEM-PLS juga merupakan pendekatan multivariat yang digunakan dalam SEM untuk menilai hubungan kausal antara variabel (Anuraga et al., 2017).

#### 3.8.1 Model Pengukuran atau *Outer Model*

##### 1. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengevaluasi keabsahan sebuah kuesioner. Keabsahan kuesioner terkait dengan kemampuan pertanyaan dalam angket untuk mencerminkan topik yang diukur oleh angket itu sendiri. Proses pengujian validitas melibatkan semua item pertanyaan pada setiap variabel dan dapat dilakukan melalui beberapa tahap, seperti uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan *Average Variance Extracted* (AVE).

##### a. *Convergent validity*

Pengukuran besarnya korelasi konstruk dan variabel laten dilakukan dengan menggunakan analisis validitas konvergen. Untuk itu, perlu diuji apakah suatu konstruk formatif memiliki hubungan yang erat dengan pengukuran reflektif dari konstruk yang sama (melalui analisis redundansi). Koefisien jalur yang lebih tinggi (nilai *loading factor* >0,7; Hair et al. 2017b) yang menghubungkan

konstruk eksogen dan endogen lebih disukai, mengindikasikan cakupan yang memadai oleh indikator-formatif Chin, (2010) dalam (Avkiran dan Ringle, 2018).

**b. *Average Variance Extracted (AVE)***

*Average Variance Extracted (AVE)* menjelaskan seberapa banyak varian variabel manifest dapat dijabarkan melalui variabel latent. Semakin besar varians yang dapat dijelaskan oleh variabel latent, semakin baik representasi variabel manifesto terhadap variabel akhir. Menurut Fornell dan Larcker (1981) dalam Ghozali (2008:135) dan Yamin dan Kurniawan (2011:18), menyarankan penggunaan AVE sebagai standar untuk menilai validitas konvergen minimal 0,5 untuk dianggap cukup dalam menunjukkan validitas konvergen (Haryono, 2019).

**c. *Discriminant Validity***

*Discriminant Validity* adalah metode untuk menentukan seberapa berbeda struktur dari struktur lainnya. Semakin tinggi nilai validitas diskriminan, semakin jelas bahwa struktur memiliki karakteristik yang berbeda dan dapat mengukur berbagai fenomena secara independen. Salah satu metode untuk mengevaluasi validitas diskriminan adalah dengan membandingkan nilai korelasi antara struktur yang diukur atau nilai akar kuadrat AVE. Untuk menilai validitas diskriminan, Fornell dan Lacker (1981) merekomendasikan bahwa nilai minimum AVE lebih besar dari 0,5 (Haryono, 2019).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki tujuan menentukan kepercayaan instrumen pengukuran dalam mengukur konsep atau konsistensi responden dalam menanggapi instrumen. Keandalan instrumen dikatakan puas ketika respons responden terhadap pernyataan dalam instrumen stabil dan konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas bisa memakai dua metode yaitu, *composite reliability* dan *cronbach's alpha* harus lebih tinggi dari 0,70 (dalam penelitian eksplorasi, 0,60 hingga 0,70 dianggap dapat diterima). *Cronbach's alpha* sebagai batas bawah dan *composite reliability* sebagai batas atas reliabilitas konsistensi internal (Anuraga et al., 2017).

### 3.8.2 Model Struktural atau *Inner Model*

*Inner Model* merupakan variabel latent terkait satu sama lain berdasarkan substantif (*internal relationship, structural model, and substantive theory*). *Stone-Geisser Q-square* digunakan untuk mengevaluasi relevansi prediktif, uji t, dan koefisien signifikan dari parameter jalur struktural digunakan untuk menilai model struktural, dan *R-square* digunakan untuk evaluasi model struktur. Substansi nilai R<sup>2</sup> dapat digunakan untuk membantu memahami bagaimana variabel independen yang terikat mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2014:42) dalam (Anuraga et al., 2017).

Menurut Ghozali (2014):42, perubahan nilai R<sup>2</sup> dapat digunakan untuk menentukan apakah variabel laten independen tertentu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel laten dependen. Nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,67; 0,33; dan

0,19 menunjukkan bahwa model tersebut "baik", "sedang", atau "lemah" (Chin, 1998) dalam (Anuraga et al., 2017).

### 3.8.3 Uji Hipotesis

Penelitian model *structural equation modeling* (SEM) dilakukan untuk mengevaluasi hipotesis dengan menggunakan perangkat lunak smartPLS. Dengan demikian, hipotesis ialah dugaan individu, sedangkan teori ialah sejumlah hipotesis yang secara logis dihubungkan bersama dan bisa diuji secara empiris. Dua jenis teori diperlukan untuk mengembangkan model jalur: teori pengukuran dan teori struktural. Yang terakhir menentukan bagaimana konstruksi terkait satu sama lain dalam model struktural, sedangkan teori pengukuran menentukan bagaimana setiap konstruksi diukur Ghozali, (2012) dalam (Haryono, 2019).

GOF, bukan uji-F, digunakan untuk pengujian hipotesis simultan dalam SEM. Uji t, di sisi lain, dapat digunakan untuk pengujian parsial. Nilai t dalam SEM dikenal dengan CR (*Critical Ratio*). Nilai t digunakan dengan tingkat signifikansi 0,05 untuk menguji hipotesis. Hipotesis H0 dapat ditolak dan hipotesis penelitian diterima bila nilai *t-statistic* > 1,96 atau *p-value* < 0,05 (Haryono, 2019).

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

Populasi yang digunakan ialah pengguna Gojek yang berdomisili di wilayah Kabupaten Klaten. Penelitian ini dilakukan secara *online* dan *offline* melalui metode penyebaran kuesioner melalui *google form* dan wawancara secara langsung kepada 100 responden pengguna Gojek wilayah Kabupaten Klaten. Objek pada penelitian ini memiliki karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, tempat tinggal wilayah kecamatan, pekerjaan, dan menggunakan jasa Gojek dua kali dalam satu minggu.

Total jawaban kuesioner yang dibagikan secara *online* sebesar 89 responden dan *offline* sebesar 25 responden. Kemudian data valid yang dipakai di penelitian ini ialah 100 responden yang kemudian diolah menggunakan *software* SmartPLS 4, karena dari 114 responden terdapat responden yang tidak memenuhi kriteria sebagai responden dalam penelitian ini.

### **4.2 Karakteristik Responden**

#### **4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Deskripsi karakteristik responden berdasar usia disajikan dalam tabel:

Tabel 4.1  
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>
15-20 tahun	15	15%
21-25 tahun	67	67%
26-40 tahun	18	18%
Jumlah	100	100

Berdasarkan tabel di atas, responden yang berusia 15-20 tahun terdiri dari 15 responden atau 15%, responden yang berusia antara 21-25 tahun terdiri dari 67 responden atau 67%, dan responden berumur 26-40 tahun terdiri dari 18 responden atau 18%. Temuan ini menjabarkan jika rentang usia 21 hingga 25 tahun ialah yang terbanyak ditemukan dalam penelitian ini.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasar jenis kelamin disajikan dalam tabel:

Tabel 4.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Laki-laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan data tersebut, 39 responden atau 39% dari total responden berjenis kelamin laki-laki. 61 responden, atau 61% adalah responden perempuan. Temuan ini mejabarkan jika perempuan merupakan mayoritas responden penelitian ini.

#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

Deskripsi karakteristik responden berdasar wilayah tempat tinggal disajikan dalam tabel:

Tabel 4.3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

Kecamatan	Frekuensi	Persen
Bayat	2	2 %
Cawas	2	2 %
Ceper	6	6 %



Delanggu	6	6 %
Gantiwarno	2	2 %
Jatinom	8	8 %
Jogonalan	2	2 %
Juwiring	7	7 %
Kalikotes	3	3 %
Karanganom	4	4 %
Karangdowo	1	1 %
Karangnongko	1	1 %
Kebonarum	1	1 %
Kemalang	1	1 %
Klaten Selatan	2	2 %
Klaten Tengah	3	3 %
Klaten Utara	3	3 %
Manisrenggo	1	1 %
Ngawen	1	1 %
Pedan	2	2 %
Polanharjo	23	23 %
Prambanan	3	3 %
Trucuk	1	1 %
Tulung	2	2 %
Wedi	2	2 %
Wonosari	11	11 %
Jumlah	100	100

Berdasar tabel tersebut, wilayah terbanyak yang mengisi kuesioner dengan menggunakan jasa Gojek merupakan daerah kecamatan Polanharjo sebanyak 23 orang dengan presentase 23%. Kecamatan Wonosari sebanyak 11 orang dengan presentase 11%. Kecamatan Jatinom sebanyak 8 orang dengan presentase 8%. Kecamatan Juwiring sebanyak 7 orang dengan presentase 7%. Kecamatan Ceper sebanyak 6 orang dengan presentase 6%. Kecamatan Delanggu sebanyak 6 orang dengan presentase 6%. Kecamatan Karangnom sebanyak 4 orang dengan presentase 4%. Kecamatan Prambanan sebanyak 3 orang dengan presentase 3%. Kecamatan Kalikotes sebanyak 3 orang dengan presentase 3%. Kecamatan Klaten Tengah sebanyak 3 orang dengan presentase

3%. Kecamatan Klaten Utara sebanyak 3 orang dengan presentase 3%. Kecamatan Bayat sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Kecamatan Cawas sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Kecamatan Gantiwarno sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Kecamatan Jogonalan sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Kecamatan Klaten Selatan sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Kecamatan Pedan sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Kecamatan Tulung sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Kecamatan Wedi sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Kecamatan Karangdowo sebanyak 1 orang dengan presentase 1%. Kecamatan Karangnongko sebanyak 1 orang dengan presentase 1%. Kecamatan Kebonarum sebanyak 1 orang dengan presentase 1%. Kecamatan Manisrenggo sebanyak 1 orang dengan presentase 1%. Kecamatan Ngawen sebanyak 1 orang dengan presentase 1%. Kecamatan Trucuk sebanyak 1 orang dengan presentase 1%. Kecamatan Kemalang sebanyak 1 orang dengan presentase 1%.

#### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>
Pelajar atau Mahasiswa/i	67	67 %
Karyawan	16	16 %
PNS	2	2 %
Wiraswasta	3	3 %
Lainnya	12	12 %
Jumlah	100	100 %

Diketahui jika karakteristik responden berdasar pekerjaan pelajar atau mahasiswa/I sebanyak 67 orang atau 67%. Karyawan sebanyak 16 orang atau 16%. PNS sebanyak 2 orang atau 2%, Wiraswasta sebanyak 3 orang atau 3%, dan pekerjaan lainnya sebanyak 12 orang atau 12%. Maka dari itu bisa diambil simpulan jika pekerjaan responden yang mendominasi di penelitian ini ialah mahasiswa/pelajar.

#### 4.2.5 Karakteristik Responden Menggunakan Jasa Gojek

Deskripsi karakteristik responden berdasar menggunakan jasa gojek disajikan dalam tabel yakni:

Tabel 4.5  
Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Jasa Gojek

<b>Responden Wilayah Kabupaten Klaten</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>
Ya	100	100 %
Tidak	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Berdasar tabel di atas, diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan menggunakan jasa Gojek dua kali dalam satu minggu sebanyak 100 responden.

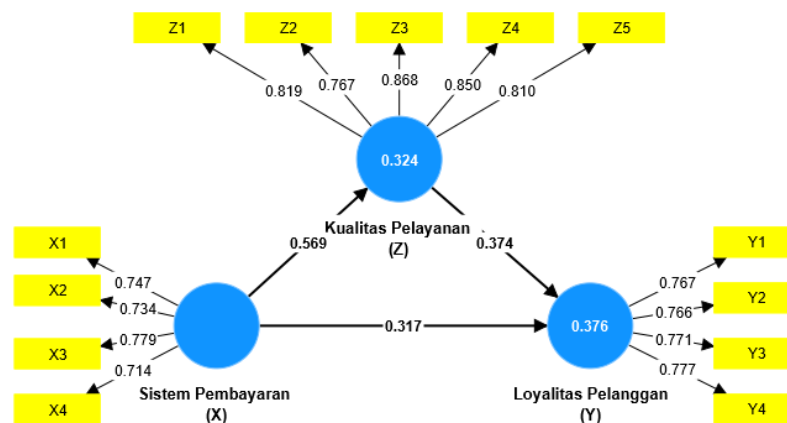
#### 4.3 Hasil Analisis Data

Dengan memakai SmartPLS 4.0, metode analisis data *Partial Least Square* (PLS) dipakai dalam mengevaluasi pengujian hipotesis. PLS adalah teknik statistik multivariat yang dipakai dalam menilai hubungan antara satu variabel yang tergantung pada variabel lain, dan satu variabel yang bisa dipakai guna memprediksi variabel terikat. Variabel yang digunakan untuk memprediksi disebut sebagai variabel bebas, sedangkan variabel independen disebut sebagai

variabel terikat. Penilaian PLS melalui penilaian *outer model* dan *inner model*.

Skema model PLS ialah:

Gambar 4.1  
*Outer Model*



Validitas dan reliabilitas merupakan dua aspek pengujian outer model yang dipakai dalam menilai hubungan antara variabel laten dengan indikatornya.

#### 4.3.1 Analisis Outer Model

##### 1. *Convergent validity*

*Convergent validity* ialah jenis penilaian validitas yang digunakan dalam penelitian untuk mengevaluasi sejauh mana dua ukuran yang seharusnya mengukur konstruk yang sama, benar-benar berkaitan satu sama lain. Nilai *outer loading* dikatakan mempunyai validitas konvergen yang baik bila nilai indikator tersebut  $> 0,7$ . Berikut adalah nilai outer loading untuk setiap indikator pada variabel penelitian.

Tabel 4.6  
 Nilai *Outer Loading*

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Sistem pembayaran (X)	X1	0,747	Valid
	X2	0,734	Valid
	X3	0,779	Valid
	X4	0,714	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y1	0,767	Valid
	Y2	0,766	Valid
	Y3	0,771	Valid
	Y4	0,777	Valid
Kualitas Pelayanan (Z)	Z1	0,819	Valid
	Z2	0,767	Valid
	Z3	0,868	Valid
	Z4	0,850	Valid
	Z5	0,810	Valid

Melalui tabel tersebut, didapatkan hasil jika setiap indikator variabel penelitian memiliki nilai *outer loading*  $> 0,7$ . Akan tetapi, menurut Chin (2010) sebagaimana yang dijelaskan oleh (Avkiran dan Ringle, 2018), nilai *loading* minimal 0,5 sudah cukup guna memenuhi kriteria *convergent validity*. Dari data yang diberikan, tak terdapat indikator variabel yang memiliki nilai *outer loading* di bawah 0,7, sehingga seluruh indikator dianggap valid dan dapat digunakan dalam analisis penelitian lebih lanjut.

Fornell dan Larcker dalam (Avkiran dan Ringle, 2018), menyatakan bahwa selain nilai *outer loading*, nilai AVE yang harus  $> 0,5$  dapat digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen. Suatu indikator dapat dikatakan valid secara konvergen atau reliabel jika nilai AVE memenuhi persyaratan tersebut. Berikut adalah nilai AVE dari setiap variabel penelitian :

Tabel 4.7  
 Nilai *Average Variance Extracted*

Variabel	<i>AVE (Average Variance Extracted)</i>	Keterangan
Sistem pembayaran (X)	0,553	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,593	Valid
Kualitas Pelayanan (Z)	0,678	Valid

Semua variabel pada studi ini memiliki nilai AVE > 0,5. Hal ini memperlihatkan jika variabel penelitian ini semuanya valid secara konvergen.

## 2. *Discriminant Validity*

*Discriminant Validity* dapat dinilai melalui nilai *Fornell-Lacker*. *Average Variance Extracted* (AVE) harus terdapat nilai akar kuadrat lebih besar dari korelasi antar variabel laten. Nilai akar kuadrat dari AVE dan nilai korelasi antar variabel laten dapat dibandingkan untuk mengujinya. Untuk dianggap diskriminatif, nilai AVE harus > 0,5. Nilai *Fornell-Lacker* untuk masing-masing indikator penelitian ini ditunjukkan melalui tabel di bawah.

Tabel 4.8  
*Fornel Lacker*

	Kualitas Pelayanan (Z)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Sistem pembayaran (X)
Kualitas Pelayanan (Z)	<b>0,824</b>		
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,555	<b>0,770</b>	
Sistem pembayaran (X)	0,569	0,530	<b>0,744</b>

Berdasarkan tabel tersebut, bisa diambil simpulan jika *discriminant validity* dari setiap konstruk laten di studi ini cukup baik. Hal ini terlihat dari nilai korelasi antara konstruk laten yang lebih rendah dibandingkan dengan nilai akar kuadrat dari AVE masing-masing konstruk laten. Maka dari itu, bisa diambil

simpulan jika tiap konstruk laten yang diteliti penelitian ini terdapat keunikan yang cukup untuk dapat mendeskripsikan fenomena secara akurat.

### 3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan model pengukuran yang ditentukan melalui uji *Cronbach's Alpha* Chin, (1998) dalam (Avkiran dan Ringle, 2018). Dalam mengukur suatu konsep atau konstruk, tingkat konsistensi dan kestabilan alat ukur atau instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas.

Uji *Cronbach's Alpha* adalah metode statistik untuk menentukan apakah data psikometrik atau alat ukur memiliki konsistensi internal. Jika nilai *Cronbach's Alpha* konstruk  $>0,60$ , maka dianggap reliabel (Avkiran dan Ringle, 2018). Di bawah ini merupakan nilai *Cronbachs Alpha* dalam penelitian ini.

Tabel 4.9  
*Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbachs Alpha</i>	Keterangan
Sistem pembayaran (X)	0,731	Reliable
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,773	Reliable
Kualitas Pelayanan (Z)	0,881	Reliable

Semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $>0,6$ , seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas, nilai tersebut meliputi 0,731 untuk sistem pembayaran, 0,881 untuk kualitas layanan, dan 0,773 untuk loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* memenuhi syarat sehingga bisa diambil simpulan jika seluruh konstruk di studi ini memiliki reliabilitas yang tinggi.

### 4.3.2 Analisis *Inner Model*

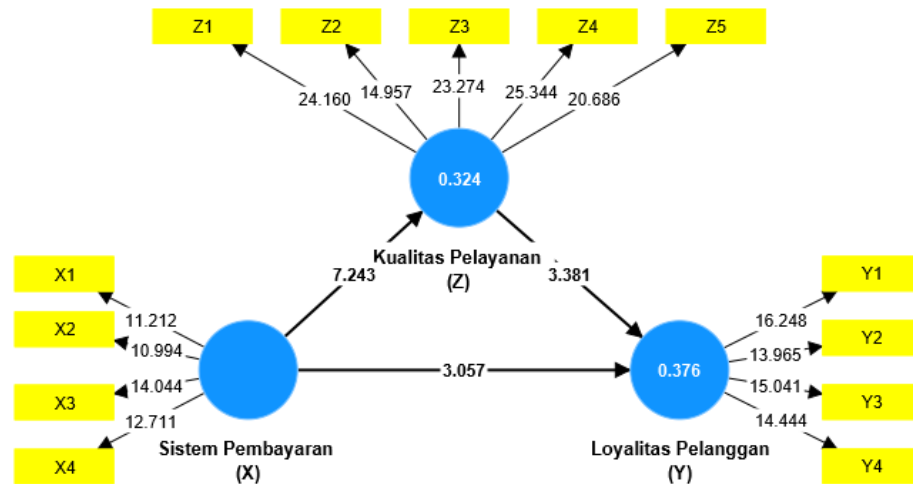
*Inner model* adalah strategi yang dipakai dalam menilai hubungan antara satu variabel laten dengan dengan yang lain. Ada tiga macam yang dapat digunakan untuk menguji model internal, yaitu  $R^2$  (*R-square*),  $Q$ -square, dan uji hipotesis.  $Q$ -square dipakai guna menguji ketepatan model dalam memprediksi variabel laten, sedangkan  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa besar varians dari variabel laten tersebut bisa dijabarkan melalui variabel laten lainnya pada model. Sementara itu, pengujian hipotesis dipakai dalam menguji signifikansi pengaruh antara variabel laten dalam model.

#### 1. Uji *Coefficient Determination* ( $R^2$ ) Model 1

Besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen ditunjukkan oleh nilai koefisien  $R^2$  atau *R-square*. Tingkat determinasi meningkat dengan nilai  $R^2$ . Menurut Hair et al. (2011, 2017b) yang dikutip oleh (Avkiran dan Ringle, 2018) nilai  $R^2$  sebesar 0,67, 0,33, dan 0,19 dapat diinterpretasikan sebagai model "baik", "sedang", dan "lemah". Berikut adalah nilai koefisien determinasi model 1 (satu) yang diperoleh dari penelitian ini.



Gambar 4.2  
Inner Model 1



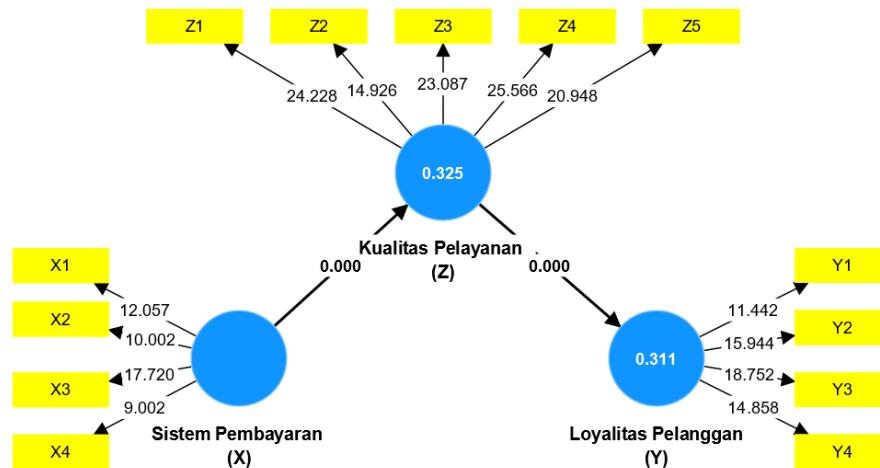
Tabel 4.10  
Nilai *R-square*

	<i>R-square</i>
Kualitas Pelayanan (Z)	0,324
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,376

Nilai *R-square* yang memiliki koefisien sebesar 0,324 atau 32,4% dipakai untuk menilai pengaruh variabel sistem pembayaran terhadap kualitas pelayanan dari tabel di atas. *R-square* juga mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dengan koefisien 0,376 atau 37,6%. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa hubungan antara variabel-variabel ini adalah hubungan yang sedang.

## 2. Uji Coefficient Determination ( $R^2$ ) Model 2

Gambar 4.3  
Inner Model 2



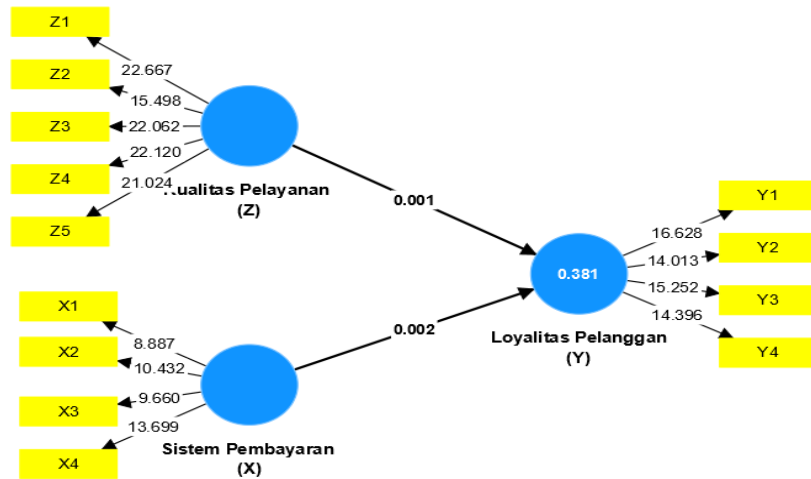
Tabel 4.11  
Nilai *R-square*

	<b>R-Square</b>
Kualitas Pelayanan _(Z)	0,325
Loyalitas Pelanggan_(Y)	0,311

Dari tabel yang disajikan, nilai *R-square* digunakan dalam pengukuran seberapa besar pengaruh variabel sistem pembayaran ke kualitas pelayanan, dengan nilai koefisien sebesar 0,325 atau 32,5%. Sedangkan besarnya pengaruh sistem pembayaran ke loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan yaitu 0,311 atau 31,1%. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa hubungan antara variabel-variabel ini adalah hubungan yang sedang.

### 3. Uji Coefficient Determination ( $R^2$ ) Model 3

Gambar 4.4  
Inner Model 3



Tabel 4.12  
Nilai *R-square*

	<b>R-Square</b>
Loyalitas Pelanggan_(Y)	0,381

Dari tabel yang disajikan di atas, nilai *R-square* digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel sistem pembayaran terhadap loyalitas pelanggan dan seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai koefisien sebesar 0,381 atau 38,1%. Dengan ini, dapat diambil kesimpulan jika hubungan antara variabel-variabel tersebut adalah hubungan yang sedang.

### 4. Uji Kebaikan Model (*Goodness of Fit*)

*Q-square* adalah nilai yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan model dalam memprediksi data yang diuji. Jika nilai *Q-square*  $> 0$ , maka model dianggap memiliki prediktif yang relevan, sedangkan jika nilai *Q-square*  $< 0$ ,

maka model dianggap kurang relevan. Rumus untuk menghitung *Q-square* adalah sebagai berikut (Anuraga et al., 2017) :

$$\begin{aligned}
 Q\text{-square} &= 1 [(1-R_1^2) \times (R_2^2)] \\
 &= 1 [(1 - 0,324) \times (1 - 0,376)] \\
 &= 1 - (0,676) \times (0,624) \\
 &= 1 - 0,421824 \\
 &= 0,578
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan hasil *Q-Square* pada penelitian ini sebesar 0,578 atau 57,80% yang berarti >0 atau mendekati 1, sehingga dapat dibuktikan bahwa variabel laten model memiliki *predictive relevance (goodness of fit)* yang baik.

### 4.3.3 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, tabel koefisien jalur (*direct effect*) dipakai dalam pengujian hipotesis pengaruh langsung antar variabel, sedangkan untuk pengaruh tidak langsung digunakan tabel koefisien jalur tidak langsung (*indirect effect*).

#### 1. Uji *Path Coefficient (Direct Effect)*

Untuk mengevaluasi koefisien jalur, metode *bootstrapping* digunakan untuk menghitung nilai *t-statistic* atau *p-value (critical ratio)* serta nilai sampel asli. Jika *p-value* < 0,05 menunjukkan bahwa ada pengaruh langsung antara variabel, tetapi jika nilai *p-value* > 0,05 memperlihatkan tidak tak efek langsung diantara variabel. Dalam studi ini, nilai signifikansi dari *t-statistic* yang digunakan ialah 1,96. Bila nilai *t-statistic* > 1,96, maka ada efek yang

signifikan. Uji hipotesis memakai perangkat lunak SmartPLS 4.0, Berikut adalah nilai koefisien jalur menggunakan teknik *bootstrapping* :

Tabel 4.13  
*Path Coefficient (Direct Effect)*

	<b>Hipotesis</b>	<b>Original Sample</b>	<b>t-statistics</b>	<b>p-value</b>	<b>Keterangan</b>
Sistem pembayaran (X) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	H1	0,317	3,057	0,002	<b>Positif Signifikan</b>
Kualitas Pelayanan (Z) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	H2	0,374	3,381	0,001	<b>Positif Signifikan</b>
Sistem pembayaran (X) -> Kualitas Pelayanan (Z)	H3	0,569	7,243	0,000	<b>Positif Signifikan</b>

Berdasar pada tabel tersebut, diperoleh hasil bahwa :

- a. Hipotesis pertama menguji apakah sistem pembayaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan tabel di atas, nilai *t-statistic* adalah 3,057 dengan besarnya pengaruh 0,317 dan nilai *p-value* adalah 0,002. Karena nilai *t-statistic* adalah  $3,057 > 1,96$  dan nilai *p-value* adalah  $0,002 < 0,05$ , maka hipotesis pertama diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara sistem pembayaran terhadap loyalitas pelanggan.

- b. Hipotesis kedua dalam penelitian ini menguji apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan tabel di atas, hasil uji menunjukkan nilai *t-statistic* 3,381 dengan besarnya pengaruh 0,374 dan nilai *p-value* 0,001, Karena nilai *t-statistic* adalah  $3,381 > 1,96$  dan nilai *p-value* adalah  $0,001 < 0,05$ , hipotesis kedua diterima, bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
- c. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menguji apakah sistem pembayaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Berdasarkan tabel di atas, hasil uji menunjukkan nilai *t-statistic* 7,234 dengan besarnya pengaruh 0,569 dan nilai *p-value* 0,000, Karena nilai *t-statistic* adalah  $7,243 > 1,96$  dan nilai *p-value* adalah  $0,000 < 0,05$ , hipotesis ketiga diterima, bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara sistem pembayaran terhadap kualitas pelayanan.

## **2. *Indirect Effect***

Tahap berikutnya yaitu melakukan uji tidak langsung (*indirect effect*) dengan melihat hasil *specific indirect effect*. Jika *p-values*  $< 0,05$ , maka hasil tersebut menunjukkan adanya signifikansi. Ini mengindikasikan bahwa variabel mediator memediasi pengaruh variabel eksogen pada variabel endogen secara tidak langsung. Sebaliknya, jika *p-values*  $> 0,05$ , maka hasil tersebut tidak signifikan, yang berarti variabel mediator tidak memediasi pengaruh variabel eksogen pada variabel endogen secara tidak langsung, tetapi secara langsung. Di bawah ini adalah nilai model *indirect effect*.

Tabel 4.14  
Uji Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

<i>Indirect Effect</i>	Hipotesis	<i>Original Sample</i>	<i>t-statistics</i>	<i>p-value</i>	Keterangan
Sistem pembayaran (X) -> Kualitas Pelayanan (Z) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	H4	0,213	2,875	0,004	<b>Positif Signifikan</b>

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh hasil bahwa :

- a. Hipotesis keempat menguji apakah kualitas pelayanan memediasi hubungan sistem pembayaran dan loyalitas pelanggan. Tabel memperlihatkan jika nilai *t-statistic* sebesar 2,875, yang nilainya  $> 1,96$ , dengan *p-value* 0,004, yang nilainya  $< 0,05$ . Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat memediasi hubungan antara sistem pembayaran dan loyalitas pelanggan.

#### 4.4 Pembahasan

##### 4.4.1 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasar pada temuan analisis, terbukti jika sistem pembayaran berdampak signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini didukung oleh hasil pengujian hipotesis yang memperlihatkan nilai *t-statistic*  $> 1,96$ , yakni 3,057, dan nilai *p-value*  $< 0,05$ , yakni 0,002. Dengan ini, bisa diambil simpulan jika sistem pembayaran berpengaruh signifikan dan positif ke loyalitas pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aprillandini, 2022) bahwa kemudahan sistem pembayaran berpengaruh positif dan signifikan

terhadap loyalitas pelanggan. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh (Rusidah, 2020) menunjukkan bahwa variabel sistem pembayaran tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Sistem pembayaran memiliki dua jenis metode, yaitu tunai dan non-tunai. Dengan adanya metode pembayaran ini mempermudah pelanggan dalam membayar (bertransaksi), karena apabila sistem pembayaran tersebut rumit maka akan membuat konsumen merasa risau. Hal itu akan membuat loyalitas pelanggan menurun dan akan berakibat buruk terhadap platform itu sendiri. Gojek memberikan berbagai macam sistem pembayaran di jasanya. Dengan berbagai pilihan sistem pembayaran ini akan memberikan manfaat yang efektif dan efisien. Selain itu dengan pilihan sistem pembayaran yang ada ini akan memudahkan dalam setiap layanan dan memberikan kenyamanan dan keamanan bagi para penggunanya.

#### **4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasar pada hasil analisis, dapat disimpulkan jika kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan positif ke loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan pada hasil pengujian hipotesis yang memperlihatkan nilai *t-statistic* >1,96 yakni 3,381, dan nilai *p-value* <0,05, yaitu 0,001, Oleh karena itu, dapat disimpulkan jika kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini konsisten dengan studi (Anggraini dan Budiarti, 2020). Penelitian yang sejalan juga diperoleh (Wenas, 2018), bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, semakin



tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas dan cenderung loyal terhadap perusahaan atau layanan yang diberikan. Namun dalam studi (Agiesta et al., 2021) diperoleh temuan penelitian, jika variabel kualitas pelayanan tak memiliki dampak yang signifikan dan positif ke loyalitas pelanggan.

Perusahaan yang terus menerus memberi kualitas pelayanan yang baik akan memiliki keunggulan kompetitif yang memungkinkannya untuk membangun loyalitas pelanggan dan menjalin hubungan yang sukses dengan mereka. Faktor ini menunjukkan betapa pentingnya kualitas pelayanan bagi perusahaan. Gojek sebagai contoh, dapat menciptakan loyalitas pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan. Setelah merasakan kepuasan dengan layanan yang diberikan, konsumen akan membandingkan dengan pelayanan dari penyedia jasa lain (Anggraini dan Budiarti, 2020).

#### **4.4.3 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Kualitas Pelayanan**

Hasil analisis menunjukkan pengaruh sistem pembayaran memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap kualitas pelayanan. Hal tersebut berdasar pada hasil uji hipotesis  $t\text{-statistic} > 1,96$  yakni 7,234 dan  $p\text{-value} > 0,05$  yakni 0,000 sehingga sistem pembayaran berdampak signifikan dan positif ke kualitas pelayanan.

Hal ini konsisten dengan penelitian (Nursanto, 2009) jika ada pengaruh signifikan sistem pembiayaan pelayanan kesehatan terhadap kualitas pelayanan rawat inap. Penelitian (Cahyanti et al., 2019) juga menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan pembayaran pajak

kendaraan bermotor. Penelitian yang sejalan juga diperoleh (Jimmy, 2016) bahwa Variabel sistem pembayaran secara parsial berdampak signifikan dan positif ke kualitas pelayanan.

Sistem pembayaran yang semakin yang diaplikasikan sebuah bisnis, maka kualitas pelayanan bakal semakin baik yang diberikan kepada pelanggan. Sistem pembayaran kini telah diakui sebagai sebuah strategi bersaing yang dilakukan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang disukai pelanggan. Salah satu kunci kesuksesan diterapkannya strategi ini, terletak pada kemampuan perusahaan dalam memahami konsumen beserta perilaku pembeliannya. Sistem pembayaran berkembang dengan mempertimbangkan kebutuhan, loyal dan pelayanan.

#### **4.4.4 Pengaruh Sistem pembayaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kualitas Pelayanan**

Hasil analisis memperlihatkan pengaruh sistem pembayaran dan loyalitas pelanggan di mediasi oleh kualitas pelayanan adalah signifikan dan positif. Hal ini dinyatakan berdasarkan hasil pengujian hipotesis  $t\text{-statistic} > 1,96$  yaitu sebesar 2,875 dan  $p\text{-value} > 0,05$  sebesar 0,004. Sehingga bisa diambil simpulan kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan dalam memediasi sistem pembayaran ke loyalitas pelanggan.

Hal ini konsisten dengan penelitian (Aprillandini, 2022) jika kemudahan sistem pembayaran berdampak signifikan dan positif ke loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Artinya semakin mudah sistem pembayaran yang disediakan oleh sebuah bisnis, maka semakin besar kemungkinan pelanggan

merasa puas dengan pelayanan tersebut, dan kemungkinan besar mereka akan menjadi pelanggan setia di masa depan.

Kualitas pelayanan yang baik dan sistem pembayaran yang mudah dan aman dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap merek dan produk. Jika pelanggan merasa nyaman dan senang dalam bertransaksi dengan merek atau jasa perusahaan, maka mereka bakal cenderung memberikan rekomendasi produk atau merek ke orang lain. Hal ini dapat membantu meningkatkan visibilitas merek perusahaan dan membangun kesetiaan pelanggan.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasar pada penelitian tentang sistem pembayaran terhadap loyalitas pelanggan pengguna Gojek melalui kualitas pelayanan sebagai variabel mediasi bisa diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Sistem pembayaran memiliki pengaruh signifikan dan positif ke loyalitas pelanggan. Hal tersebut berdasarkan nilai *t-statistic* 3,057 yang besar pengaruh 0,317 dan nilai *p-value* 0,002. Maka diperoleh nilai *t-statistic*  $3,057 > 1,96$  dan nilai *p-value*  $0,002 < 0,05$ .
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan positif ke loyalitas pelanggan. Hal ini berdasarkan dari nilai *t-statistic* 3,381 dengan besar pengaruh 0,374 dan nilai *p-value* sebesar 0,001, Maka diperoleh nilai *t-statistic*  $3,381 > 1,96$  dan nilai *p-value*  $0,001 < 0,05$ .
3. Sistem pembayaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal ini berdasarkan dari nilai *t-statistic* sebesar 7,243 dengan pengaruh besar sebesar 0,569 dan nilai *p-value* sebesar 0,000, Maka diperoleh nilai *t-statistic*  $7,243 > 1,96$  dan nilai *p-value*  $0,000 < 0,05$ .
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif dalam memediasi sistem pembayaran dan loyalitas pelanggan. Hal ini berdasarkan dari nilai *t-statistic* yaitu sebesar 2,875 dan nilai *p-value*  $0,004 < 0,05$ .

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini disusun dan dilakukan sebaik mungkin, akan tetapi penelitian ini masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Variabel pada penelitian ini dibatasi hanya pada sistem pembayaran, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan sehingga ada kemungkinan variabel lain yang dapat dipakai dalam mengetahui aspek yang berpengaruh ke loyalitas pelanggan.
2. Penelitian ini hanyalah berfokus pada pelanggan pengguna Gojek di wilayah Kabupaten Klaten, sehingga hasilnya tidak dapat disimpulkan untuk wilayah lain di Indonesia.
3. Pada penelitian ini hanya dilakukan di salah satu jasa transportasi saja yakni Gojek, dan tidak melibatkan jasa transportasi lainnya seperti Grab dan Uber.

## 5.3 Saran

Berdasar pada hasil penjabaran dan simpulan tersebut maka dapat diberikan saran yaitu:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa mempelajari faktor-faktor eksternal lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti persaingan dengan perusahaan sejenis, promosi dan iklan, atau kebijakan pemerintah terhadap industri *ride-hailing*.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan untuk memperluas cakupan penelitian ke wilayah lainnya di Indonesia, sehingga hasil penelitian dapat merepresentasikan preferensi dan perilaku pengguna Gojek secara keseluruhan.

3. Penelitian selanjutnya dapat mengubah objek jasa transportasi online seperti Grab, Uber, dan layanan transportasi online lainnya. Penelitian tersebut dapat membantu memahami perbedaan dan kesamaan pengalaman pelanggan, serta membandingkan kinerja layanan dan memperbaiki kelemahan yang ada untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, W., Sajidin, A., dan Perwito, P. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ka lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., dan Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Issue March).
- Akbar, A., Pradana, M., Wardhana, A., dan Adhiim, M. (2021). The Effect of E-Service Quality on E-Customer Loyalty of a Financial Technology Applications through E-Customer Satisfaction as Intervening Variable. *Italienisch*, 11(2), 496–501,
- Aly, M. N., dan Trianasari, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Non Tunai Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University Bandung). *EProceedings of Management*, 7(1).
- Anggraini, F., dan Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10,26740/jupe.v8n3,p86-94>
- Anuraga, G., Sulistiyawan, E., dan Munadhiroh, S. (2017). Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (IPKM) Di Jawa Timur. *Seminar Nasional Matematika Dan Aplikasinya*, 257–263,
- Aprillandini, F. R. (2022). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Avkiran, N. K., dan Ringle, C. M. (2018). Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Recent Advances in Banking and Finance. In *Springer*. <http://www.springernature.com/series/6161>
- Balaka, M. Y. (2022). *Metode penelitian Kuantitatif*. 130,
- Barlian, E. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif*.
- Budiastuti, D., dan Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian. In *Binus*. [www.mitrawacanamedia.com](http://www.mitrawacanamedia.com)
- Bulkia, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10,31602/atd.v2i1,1191>
- Cahyanti, E. P., WAFIROTIN, K. Z., dan Hartono, A. (2019). Pengaruh Kesadaran, Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral, Pengetahuan Pajak, Dan Persepsi Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor

- Di Kabupaten Ponorogo. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 40–57.
- Dam, S. M., dan Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593, <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol18.no3.0585>
- Dwi Susanti, R. A., Fardahlia, D., dan Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57–71, <https://doi.org/10.52166/j-macc.v4i1.2404>
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Firdarini, K. C. (2020). Pengaruh Pengalaman Usaha Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 6(1), 25–37. <https://doi.org/10.32477/jrm.v6i1.29>
- Handayani, H. (2021). Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping. *UG Journal*, 15(4).
- Hanifa, O., Kurniawati, T., dan Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasipada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 794. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5658>
- Haryono, S. (2019). Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS. *Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama*, 450,
- Hasan, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Meubel Sebagai Produk Tersier Dalam Upaya Bersaing Dengan E .... *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 111–120, <http://repository.universitaspahlawan.ac.id/id/eprint/9%0Ahttp://repository.universitaspahlawan.ac.id/9/4/2020> JN PENGARUH KUALITAS PRODUK%2C HARGA%2C DAN SISTEM.pdf
- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, Baharuddin, Ahmad, M. A., dan Darmawati. (2018). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. H. Ilyas Ismail, M.Pd. (ed.); Cet I : Ag).
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Repository.Unitomo.Ac.Id*. <http://repository.unitomo.ac.id/2773/>
- Jimmy, J. (2016). *Pengaruh Harga Produk dan Sistem Pembayaran Terhadap Kualitas Pelayanan pada PT. Premier Engineering Indonesia (Studi Kasus*



- pada PT. Premier Engineering Indonesia di Kota Medan). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.
- Juniantara, I. M. A., dan Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955. <https://doi.org/10,24843/ejmunud.2018.v07.il1,p06>
- Maharama, A. R., dan Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 203, <https://doi.org/10,30659/ekobis.19.2.203-213>
- Neliwati. (2018). Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori Dan Praktek). In CV. Widya Puspita (Issue 57). [http://repository.uinsu.ac.id/8959/1/BUKU METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/8959/1/BUKU%20METODOLOGI%20PENELITIAN%20KUANTITATIF.pdf)
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., dan Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395–405. <https://doi.org/10,13106/JAFEB.2020,VOL7.NO8.395>
- Nirawati, L., Ayu, B., Safitri, D., dan Ahmad, F. (2020). UPN "Veteran" Jawa Timur, dengan penentuan. 2(9), 594–604.
- Nursanto, D. (2009). *PENGARUH SISTEM PEMBIAYAAN KESEHATAN TERHADAP PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN PASIEN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT MEDIKA MULYA WONOGIRI*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 248. <https://doi.org/10,32493/skr.v6i2.5541>
- Pontoh, N., Frendy A. O. Pelleng, dan Danny D. S. Mukuan. (2021). Jurnal administrasi bisnis. *Analisis Daya Saing Ekspor Cengkeh Indonesia Di Pasar Internasional Crusita*, 1(1), 25–31,
- Prasetyo Bambang, J. M. L. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223, <https://doi.org/10,31311/jeco.v1i2.2026>
- Rohaeni, H., dan Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Rusidah, R. (2020). *PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SOTO BANG AMAT PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI BANJARMASIN*.
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RdanD*.
- Sugiyono. (2016). Definisi dan Operationsl Variabel Penelitian. *Definisi Dan*

*Operasional Variabel Penelitian*, 44–45.

- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., dan Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Wenas, R. S. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI GOJEK (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2778–2787.
- Widnyani, N. M., Rettobjaan, V. C., Ngurah, A. A., dan Aristayudha, B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Inovasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi Kasus Pada Universitas Bali Internasional). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 90, <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2792>
- Widyayanti, E. R. (2020). Analisis pengaruh kecenderungan pergeseran sistem pembayaran dari tunai ke non-tunai/online payment terhadap peningkatan pendapatan usaha (studi pada UMKM di Yogyakarta). *Seminar Nasional Dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 187–200,



Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

### **KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PENGGUNA GOJEK MELALUI KUALITAS  
PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi Kasus Pelanggan Pengguna Gojek Wilayah Kabupaten Klaten)**

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Kepada Yth,  
Saudara/i Responden  
Di tempat

Dengan hormat,

Saya Nuraeni Herviana, dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu acuan syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Sarjana (S1) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, maka saya meminta kesediaan saudara/i untuk menjawab sejumlah pertanyaan pada angket berikut.

Data responden pada angket ini tak bakal dipublikasikan secara individual melainkan hanya bakal digunakan guna kepentingan akademik semata. Atas kesediaan dan perhatian saudara/i dalam meluangkan waktu, peneliti mengucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Hormat Saya

Nuraeni Herviana  
NIM. 19.52.11,108

## 1. Petunjuk Pengisian

Pada pertanyaan-pertanyaan di bawah ini, saudara/i hanya diperkenankan memilih satu dari beberapa jawaban :

- 1) STS = Sangat Tak Setuju
- 2) TS = Tak Setuju
- 3) N = Netral
- 4) S = Setuju
- 5) SS = Sangat Setuju

## 2. Identitas Responden

1) Nama :

2) Jenis Kelamin :

Laki-Laki

Perempuan

3) Usia :

(15-20 Tahun)

(21-25 Tahun)

(26-40 Tahun)

4) Tempat Tinggal di Kecamatan :

Bayat

Delanggu

Cawas

Wonosari

Gantiwarno

Ceper

Kemalang

Juwiring

Jogonalan

Jatinom

Kalikotes

Karangnom

Karangdowo

Polanharjo

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Kebonarum      | <input type="checkbox"/> Ngawen        |
| <input type="checkbox"/> Tulung         | <input type="checkbox"/> Karangnongko  |
| <input type="checkbox"/> Klaten Selatan | <input type="checkbox"/> Klaten Tengah |
| <input type="checkbox"/> Klaten Utara   | <input type="checkbox"/> Manisrenggo   |
| <input type="checkbox"/> Trucuk         | <input type="checkbox"/> Pedan         |
| <input type="checkbox"/> Wedi           | <input type="checkbox"/> Prambanan     |

5) Pekerjaan :

- Pelajar atau Mahasiswa/I
- PNS
- Karyawan
- Wiraswasta
- Lainnya

6) Menggunakan jasa Gojek (minimal 2 kali dalam seminggu) :

- Ya
- Tidak (Saudara/i tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner ini, terima kasih)

Pertanyaan di bawah ini berhubungan dengan variabel Sistem pembayaran						
No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Setelah membayar pada aplikasi Gojek akan terkonfirmasi secara otomatis yang membuat saya tidak khawatir akan penipuan					
2.	Dengan pilihan sistem pembayaran yang ada dapat mempersingkat waktu					
3.	Sistem pembayaran yang terdapat di Gojek memudahkan saya dalam melakukan transaksi					
4.	Pengisian pembayaran non tunai ( <i>GoPay</i> ) dapat dilakukan kapan saja					

Pertanyaan di bawah ini berhubungan dengan variabel Kualitas Pelayanan						
No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Aplikasi Gojek menyediakan fasilitas layanan pengaduan yang handal dalam menanggapi masalah konsumen					
2.	Aplikasi Gojek memberikan layanan dengan cepat					
3.	Jaminan yang diberikan Gojek mampu meyakinkan konsumen jika suatu saat terjadi suatu masalah					
4.	<i>Costumer service</i> Gojek memiliki kepedulian saat menerima keluhan maupun pengaduan dari konsumen					
5.	Saya merasa mendapatkan pengalaman yang baik setelah menggunakan aplikasi Gojek					

<b>Pertanyaan di bawah ini berhubungan dengan variabel Loyalitas Pelanggan</b>						
<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Saya berminat untuk memakai ulang Gojek					
2.	Setia menggunakan seluruh jasa yang disediakan oleh Gojek					
3.	Saya tidak terpengaruh bujukan dari perusahaan lain untuk berpindah menggunakan jasanya					
4.	Saya akan merekomendasikan jasa Gojek kepada orang lain					



## Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian

**Tabulasi Data  
Sistem pembayaran (X)**

<b>Responden</b>	<b>X1</b>	<b>X2</b>	<b>X3</b>	<b>X4</b>
1	4	5	5	4
2	5	5	5	4
3	5	5	5	5
4	5	5	5	4
5	4	4	5	5
6	4	4	4	4
7	5	5	5	5
8	4	5	4	5
9	5	5	5	5
10	4	4	4	5
11	4	4	4	4
12	5	4	4	4
13	5	5	5	5
14	4	5	4	5
15	5	4	5	4
16	4	5	5	4
17	5	5	5	5
18	4	5	4	5
19	4	5	4	5
20	4	5	5	4
21	4	4	4	4
22	3	5	5	3
23	5	4	5	4
24	5	4	4	3
25	4	5	4	5
26	3	4	4	3
27	5	5	5	5
28	4	5	4	5
29	5	5	5	5
30	4	4	5	4
31	5	5	4	4
32	4	4	4	5
33	5	4	5	4
34	4	3	4	4
35	5	5	5	5
36	5	5	5	4
37	4	5	4	5
38	3	3	4	3

39	5	5	5	5
40	5	5	5	5
41	4	5	4	5
42	5	3	4	5
43	5	5	5	5
44	3	3	5	5
45	5	3	5	5
46	3	2	3	3
47	5	5	5	5
48	5	5	5	4
49	4	5	5	5
50	5	5	5	5
51	5	4	5	4
52	4	5	4	5
53	3	5	3	3
54	4	4	5	5
55	5	5	5	5
56	3	4	3	4
57	5	5	5	5
58	5	5	4	5
59	5	4	4	5
60	4	5	5	4
61	5	5	5	5
62	5	5	4	5
63	5	5	5	5
64	5	5	5	5
65	3	4	3	4
66	5	5	5	5
67	5	5	5	5
68	4	4	4	4
69	4	5	5	5
70	5	3	4	5
71	5	5	5	5
72	5	5	5	4
73	5	5	5	5
74	5	4	4	5
75	4	5	5	5
76	5	5	5	5
77	5	5	5	5
78	4	5	4	4
79	5	5	5	5
80	4	5	4	4
81	5	4	5	4
82	4	5	4	5

83	4	5	4	4
84	3	4	3	4
85	4	4	4	4
86	4	4	5	4
87	4	5	4	5
88	5	4	5	3
89	3	3	3	3
90	4	5	5	4
91	5	5	5	5
92	3	4	4	5
93	4	5	5	4
94	4	5	5	5
95	5	5	5	5
96	5	5	5	5
97	5	5	5	5
98	4	5	4	5
99	5	4	4	3
100	4	5	4	5

## Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian

**Tabulasi Data**  
**Kualitas Pelayanan (Z)**

<b>Responden</b>	<b>Z1</b>	<b>Z2</b>	<b>Z3</b>	<b>Z4</b>	<b>Z5</b>
1	5	5	5	4	5
2	5	4	5	5	4
3	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5
8	5	4	5	5	5
9	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	3
11	4	4	4	4	4
12	4	4	3	3	4
13	5	5	4	4	5
14	3	4	4	4	3
15	4	5	2	5	4
16	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5
18	5	5	4	5	5
19	4	4	4	4	4
20	3	3	4	4	4
21	4	3	3	3	3
22	4	4	3	3	5
23	5	5	5	5	5
24	4	5	4	4	5
25	4	5	5	5	4
26	4	4	4	4	3
27	3	3	3	3	4
28	4	4	4	4	4
29	5	4	5	5	5
30	4	5	4	4	4
31	4	5	3	3	3
32	4	5	4	4	4
33	4	2	4	4	4
34	3	3	3	3	3
35	4	5	5	4	5
36	3	4	4	4	4
37	4	4	4	3	4
38	4	3	3	3	4

39	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4
41	5	4	4	4	5
42	3	4	3	3	4
43	4	4	3	3	3
44	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4
46	3	2	3	3	3
47	4	4	4	4	4
48	3	3	3	3	4
49	4	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5
51	4	5	4	5	4
52	5	4	4	4	5
53	3	4	4	4	5
54	5	5	5	5	4
55	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4
57	4	5	4	4	4
58	5	4	4	4	4
59	4	4	4	4	5
60	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5
62	4	5	5	4	5
63	4	5	5	5	5
64	5	5	5	4	5
65	3	4	3	3	3
66	5	5	4	4	5
67	5	3	5	5	4
68	4	4	3	3	4
69	4	4	4	4	5
70	4	3	4	4	4
71	5	5	5	5	5
72	4	5	4	4	4
73	5	5	4	4	5
74	4	5	4	5	4
75	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4
77	3	3	3	3	4
78	3	3	3	3	3
79	5	4	4	4	4
80	5	4	4	4	4
81	4	5	4	4	5
82	4	4	4	4	4

83	4	5	4	4	4
84	3	3	3	3	3
85	3	3	4	4	4
86	5	4	5	5	5
87	4	5	5	5	4
88	5	5	5	5	5
89	3	3	3	3	3
90	5	4	4	4	4
91	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4
93	4	5	4	4	4
94	4	5	4	4	5
95	4	4	5	5	4
96	5	5	4	4	4
97	5	4	4	4	4
98	4	5	4	3	5
99	4	4	4	4	4
100	4	5	5	5	5

## Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian

**Tabulasi Data  
Loyalitas Pelanggan (Y)**

<b>Responden</b>	<b>Y1</b>	<b>Y2</b>	<b>Y3</b>	<b>Y4</b>
1	5	5	3	4
2	5	5	5	5
3	4	4	3	5
4	5	5	4	3
5	5	5	5	5
6	4	4	4	4
7	5	5	5	5
8	4	5	5	4
9	5	5	5	5
10	5	4	4	5
11	4	4	4	4
12	4	4	3	3
13	5	5	5	5
14	4	3	3	3
15	4	4	3	4
16	4	5	4	4
17	5	5	5	4
18	5	5	4	4
19	4	5	4	3
20	4	4	3	4
21	4	4	3	4
22	4	4	2	5
23	5	4	4	3
24	3	4	5	4
25	4	5	4	5
26	4	4	4	3
27	5	4	3	4
28	5	3	3	4
29	5	4	4	3
30	3	3	3	3
31	4	3	3	3
32	4	4	4	3
33	4	4	2	3
34	4	3	4	4
35	5	5	4	4
36	5	4	4	3
37	5	4	3	4
38	3	4	3	4

39	4	4	3	3
40	4	4	3	3
41	4	5	4	5
42	5	5	5	3
43	5	4	3	4
44	3	3	3	3
45	4	4	4	3
46	3	3	2	2
47	5	3	4	4
48	4	4	3	3
49	4	5	5	5
50	5	5	5	5
51	4	4	3	4
52	4	5	4	5
53	4	4	4	3
54	5	5	5	5
55	4	3	3	4
56	4	4	4	4
57	4	4	3	3
58	5	5	5	4
59	4	5	5	4
60	4	4	4	4
61	5	5	5	5
62	5	3	5	5
63	5	5	5	5
64	5	5	4	5
65	4	4	3	3
66	4	4	4	4
67	3	3	3	3
68	3	3	3	3
69	4	5	4	5
70	4	3	4	4
71	5	5	5	5
72	5	5	4	5
73	5	4	4	5
74	4	3	4	4
75	5	4	4	4
76	5	5	4	4
77	5	4	3	4
78	4	3	3	4
79	5	4	5	5
80	4	4	2	4
81	4	4	5	5
82	4	4	2	4



83	4	5	3	4
84	3	4	3	3
85	4	3	3	4
86	5	5	3	4
87	4	4	3	4
88	4	2	2	3
89	3	4	4	3
90	4	5	4	5
91	5	5	5	5
92	5	4	4	4
93	5	4	4	4
94	4	4	4	4
95	4	4	4	4
96	5	4	4	4
97	4	4	4	4
98	4	4	4	4
99	4	4	4	3
100	5	5	3	3

## Lampiran 6 Karakteristik Responden

**Karakteristik Responden berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>
15-20 tahun	15	15 %
21-25 tahun	67	67 %
26-40 tahun	18	18 %
Jumlah	100	100 %

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>
Laki-laki	39	39 %
Perempuan	61	61 %
Jumlah	100	100 %

### Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

<b>Kecamatan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>
Bayat	2	2 %
Cawas	2	2 %
Ceper	6	6 %
Delanggu	6	6 %
Gantiwarno	2	2 %
Jatinom	8	8 %
Jogonalan	2	2 %
Juwiring	7	7 %
Kalikotes	3	3 %
Karanganom	4	4 %
Karangdowo	1	1 %
Karangnongko	1	1 %
Kebonarum	1	1 %
Kemalang	1	1 %
Klaten Selatan	2	2 %
Klaten Tengah	3	3 %
Klaten Utara	3	3 %
Manisrenggo	1	1 %
Ngawen	1	1 %
Pedan	2	2 %
Polanharjo	23	23 %
Prambanan	3	3 %
Trucuk	1	1 %
Tulung	2	2 %
Wedi	2	2 %
Wonosari	11	11 %
Jumlah	100	100 %

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>
Pelajar atau Mahasiswa/i	67	67 %
Karyawan	16	16 %
PNS	2	2 %
Wiraswasta	3	3 %
Lainnya	12	12 %
Jumlah	100	100 %

**Karakteristik Respondenn Berdasarkan Menggunakan Jasa Gojek**

<b>Responden Wilayah Kabupaten Klaten</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>
Ya	100	100 %
Tidak	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Lampiran 7 Hasil *PLS Algorithma Convergent validity**Outer Loading*

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b><i>Outer Loading</i></b>	<b>Keterangan</b>
Sistem pembayaran (X)	X1	0,747	Valid
	X2	0,734	Valid
	X3	0,779	Valid
	X4	0,714	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y1	0,767	Valid
	Y2	0,766	Valid
	Y3	0,771	Valid
	Y4	0,777	Valid
Kualitas Pelayanan (Z)	Z1	0,819	Valid
	Z2	0,767	Valid
	Z3	0,868	Valid
	Z4	0,850	Valid
	Z5	0,810	Valid

*AVE (Average Variance Extracted)*

<b>Variabel</b>	<b><i>AVE (Average Variance Extracted)</i></b>	<b>Keterangan</b>
Sistem pembayaran (X)	0,553	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,593	Valid
Kualitas Pelayanan (Z)	0,678	Valid

Lampiran 8 Hasil *PLS Alghorithma Discriminant Validity**Fornnel Lacker*

	Kualitas Pelayanan (Z)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Sistem pembayaran (X)
Kualitas Pelayanan (Z)	<b>0,824</b>		
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,555	<b>0,770</b>	
Sistem pembayaran (X)	0,569	0,530	<b>0,744</b>

Lampiran 9 Hasil *PLS Alghorithma Uji Reliabilitas**Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbachs Alpha</i>	Keterangan
Sistem pembayaran (X)	0,731	Reliable
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,773	Reliable
Kualitas Pelayanan (Z)	0,881	Reliable

Lampiran 10 Hasil *PLS Alghorithma R-square**R-square Model 1*

	<i>R-square</i>
Kualitas Pelayanan (Z)	0,324
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,376

*R-Square Model 2*

	<b>R-Square</b>
Kualitas Pelayanan _(Z)	0,325
Loyalitas Pelanggan_(Y)	0,311

*R-Square Model 3*

	<b>R-Square</b>
Loyalitas Pelanggan_(Y)	0,381

Lampiran 11 Hasil *PLS Bootstrapping Path Coefficients* (Mean, STDEV, *t-value*)

*Path Coefficient (Direct Effect)*

	<b>Hipotesis</b>	<b>Original Sample</b>	<b>t-statistics</b>	<b>P Values</b>	<b>Keterangan</b>
Sistem pembayaran (X) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	H1	0,317	3,057	0,002	<b>Positif Signifikan</b>
Kualitas Pelayanan (Z) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	H2	0,374	3,381	0,001	<b>Positif Signifikan</b>
Sistem pembayaran (X) -> Kualitas Pelayanan (Z)	H3	0,569	7.243	0,000	<b>Positif Signifikan</b>

*Path Coefficient (Indirect Effect)*

<i>Indirect Effect</i>	<b>Hipotesis</b>	<i>Original Sample</i>	<i>t-statistics</i>	<i>P Values</i>	<b>Keterangan</b>
Sistem pembayaran (X) -> Kualitas Pelayanan (Z) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	H4	0,213	2.875	0,004	<b>Positif Signifikan</b>



## Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****DATA PRIBADI**

Nama Lengkap : Nuraeni Herviana  
Tempat, Tanggal Lahir : Klaten, 27 Februari 2002  
Agama : Islam  
Alamat : Karen, Rt02/Rw01, Keprabon, Polanharjo, Klaten  
No. HP : 085712904212  
*E-mail* : [nuraeniherviana@gmail.com](mailto:nuraeniherviana@gmail.com)

**PENDIDIKAN FORMAL**

TK Pertiwi Keprabon : 2006 s/d 2007  
SDN Kebonharjo : 2007 s/d 2013  
SMP Negeri 1 Polanharjo : 2013 s/d 2016  
SMA Negeri 1 Wonosari Klaten : 2016 s/d 2019  
UIN Raden Mas Said Surakarta : 2019 s/d 2023

**RIWAYAT ORGANISASI**

Fresh : 2020 – 2021  
(Forum Ekonomi Syariah FEBI)

## Lampiran 13 Bukti Cek Plagiarisme

## Skripsi

## ORIGINALITY REPORT

<b>27</b> %	<b>26</b> %	<b>14</b> %	<b>13</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source	<b>3</b> %
<b>2</b>	<b>eprints.ums.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>3</b>	<b>eprints.umm.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>4</b>	<b>core.ac.uk</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>pascasarjanafe.untan.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>6</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>7</b>	<b>Submitted to Udayana University</b> Student Paper	<b>1</b> %
<b>8</b>	<b>www.scribd.com</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>9</b>	<b>Submitted to Universitas Diponegoro</b> Student Paper	<b>1</b> %