



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*BRAND SWITCHING* TERHADAP PENGGUNAAN *E-WALLET***

**SKRIPSI**

**SARAH MICHELLE LYDIA HUTAURUK 1710111165**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*BRAND SWITCHING* TERHADAP PENGGUNAAN *E-WALLET***

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**SARAH MICHELLE LYDIA HUTAURUK 1710111165**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Sarah Michelle Lydia Hutauruk

NIM : 1710111165

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, 6 Februari 2021

Yang Menyatakan,



Sarah Michelle Lydia Hutauruk

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah Michelle Lydia Hutaaruk  
NIM : 1710111165  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Switching* Terhadap  
Penggunaan *E-Wallet***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 6 Februari 2021

Yang Menyatakan,



Sarah Michelle Lydia Hutaaruk

# SKRIPSI

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BRAND SWITCHING* TERHADAP PENGGUNAAN *E-WALLET*

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**SARAH MICHELLE LYDIA HUTAURUK 1710111165**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 6 Februari 2021

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi.,MM**  
Ketua Penguji



**Rosali Sembiring Colia., SE., MM**  
Penguji I



**Dr. Prasetyo Hadi., SE., MM., CFMP**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS**  
Dekan



**Wahyudi., SE., MM**  
Kepala Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 6 Februari 2021

# **ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING BRAND SWITCHING ON E-WALLET USAGE**

**By Sarah Michelle Lydia Hutauruk**

## ***Abstract***

*Competition in the digital world, especially in e-wallets, is now growing. Every year there are many special offers offered by each e-wallet to attract public interest. This allows people to move from e-wallet one to e-wallet GoPay. This study aims to analyze and determine the effect of looking for variations, promotions, and consumer dissatisfaction with the shift in e-wallet brands. The object of this research is the GoPay e-wallet. The sample in this study were 75 respondents using the purposive sampling technique because it has several criteria for respondents. Hypothesis testing in this study uses the inner model analysis, outer model, and t-statistical test using the SmartPLS 3.0 analysis tool and a significance level of 5% (0.05). The test results of this study resulted in an R-Square value of 0.709 or 70.9%, and the rest of 29.1% was influenced by other independent variables, such as product attributes, lifestyle, product quality, and price. Thus it can be concluded that looking for variations does not have a significant effect on brand movement, the promotion has a significant effect on brand shift, and consumer dissatisfaction has a significant effect on brand switching.*

**Keywords:** *Brand switching, Consumer dissatisfaction, E-wallet*

# **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND SWITCHING TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET**

**Oleh Sarah Michelle Lydia Hutauruk**

## **Abstrak**

Persaingan dunia digital terkhususnya pada e-wallet kini semakin berkembang. Setiap tahun banyak penawaran-penawaran khusus yang ditawarkan oleh setiap e-wallet untuk menarik minat masyarakat. Hal tersebut sangat memungkinkan masyarakat berpindah dari *e-wallet* satu ke *e-wallet* GoPay. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh mencari variasi, promosi, dan ketidakpuasan konsumen terhadap perpindahan merek *e-wallet*. Objek penelitian ini tertuju pada *e-wallet* GoPay. Sampel pada penelitian ini sebanyak 75 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling* karena memiliki beberapa kriteria responden. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis *inner model*, *outer model*, dan uji t-statistik dengan menggunakan alat analisis *SmartPLS* 3.0 dan tingkat signifikansi 5% (0,05). Hasil pengujian dari penelitian ini menghasilkan nilai *R-Square* senilai 0,709 atau sebesar 70,9% yang dan selebihnya sebesar 29,1% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya, seperti atribut produk, gaya hidup, kualitas produk, dan harga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mencari variasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek, promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perpindahan merek, dan ketidakpuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perpindahan merek.

**Kata Kunci** : *Brand switching*, *E-wallet*, Ketidakpuasan konsumen



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971  
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Hari ini, Sabtu tanggal 6 Februari 2021, telah dilaksanakan ujian skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Sarah Michelle Lydia Hutauruk

NIM : 1710111165

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Switching* Terhadap Penggunaan *E-Wallet*

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

**Penguji**

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi.,MM	Ketua	
2	Rosali Sembiring Colia., SE., MM	Anggota I	
3	Dr. Prasetyo Hadi., SE., MM., CFMP	Anggota II **)	

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 6 Februari 2021

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi Manajemen

Program Sarjana

Wahyudi.,S.E.,M.M.



## PRAKATA

Puji Syukur dan Terima Kasih saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, kekuatan, dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Switching* Terhadap Penggunaan *E-Wallet*”**.

Penulis menyampaikan Terima Kasih sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi.,SE.,MM.,CFMP dan Ibu Tati Handayani.,SE.,MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan serta saran-saran yang sangat bermanfaat selama proses penelitian, juga kepada Bapak Wahyudi.,SE.,MM selaku ketua program studi, kepada Bapak Jenji Gunaedi Argo.,SE.,MM selaku pembimbing akademik, serta segenap Dosen dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberi bantuan. Begitu juga penulis menyampaikan Terima Kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Di samping itu ucapan Terima Kasih juga disampaikan kepada orang tua terkasih, Bapak Nalom Daniel Hutauruk dan Mama Duma Kristiana Pasaribu yang sangat saya sayangi selalu setia mendoakan dan memberi semangat. Penulis juga secara khusus mengucapkan Terima Kasih kepada teman-teman penulis Repiw, Angie, Ifa, Oce, Sya, Jes, Kak Muthia dan Bang Patrick yang selalu sabar mendengar segala keluh kesah penulis dan senantiasa menemani selama proses pengerjaan skripsi. Tak lupa juga penulis mengucapkan banyak Terima Kasih kepada seluruh teman di HMJ Manajemen S1, Ikatan Mahasiswa Darah Batak serta teman-teman seiman PMK Agape yang telah menjadi keluarga bagi penulis selama menjalani perkuliahan di UPN Veteran Jakarta.

Penulis mohon maaf atas segala kekeliruan yang sangat mungkin terjadi pada penulisan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, 6 Februari 2021

Sarah Michelle Lydia Hutauruk

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINLITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	9
I.3 Tujuan Penelitian .....	9
I.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
II.1 Tinjauan Pustaka .....	11
II.1.1 Pemasaran.....	11
II.1.2 Perilaku Konsumen .....	12
II.1.3 Merek.....	12
II.1.4 <i>Brand Switching</i> .....	13
II.1.5 Mencari Variasi .....	15
II.1.6 Promosi.....	16
II.1.7 Ketidakpuasan konsumen .....	18
II.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	19
II.3 Model Penelitian.....	25
II.3.1 Pengaruh Mencari Variasi Terhadap <i>Brand Switching</i> .....	26
II.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap <i>Brand Switching</i> .....	26
II.3.3 Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap <i>Brand Switching</i> ....	27
II.4 Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
III.1 Metode Penelitian .....	28
III.1.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	29
III.2 Populasi dan Sampel .....	30
III.2.1 Populasi .....	30
III.2.2 Sampel.....	30
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	31
III.3.1 Jenis Data .....	31

III.3.2	Sumber Data.....	31
III.3.3	Pengumpulan Data .....	31
III.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	33
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	33
III.4.2	Analisis Deskriptif .....	33
III.4.3	Analisis Inferensial.....	34
III.4.4	Uji Hipotesis .....	38
III.4.4.1	Uji t .....	38
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	40
IV.1.1	Profil GoPay .....	40
IV.1.2	Fitur-Fitur GoPay .....	40
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	41
IV.2.1	Deskripsi Responden .....	42
IV.2.2	Analisis Data Deskriptif.....	43
IV.3	Analisis dan Uji Hipotesis .....	47
IV.3.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	47
IV.3.1.1	Uji Validitas Konvergen .....	49
IV.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan .....	50
IV.3.1.3	Uji Reliabilitas .....	51
IV.3.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	52
IV.3.2.1	<i>R-Square</i> .....	52
IV.3.3	Uji Hipotesis .....	53
IV.3.3.1	Uji t .....	53
IV.4	Pembahasan.....	55
IV.4.1	Pengaruh Mencari Variasi Terhadap <i>Brand Switching</i> .....	55
IV.4.2	Pengaruh Promosi Terhadap <i>Brand Switching</i> .....	56
IV.4.3	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap <i>Brand Switching</i> ....	57
IV.5	Keterbatasan Penelitian.....	59
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
V.1	Simpulan .....	60
V.2	Saran.....	61
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Metode Pembayaran Saat Transaksi Belanja <i>Online</i> .....	2
Tabel 2. Jumlah Pengguna <i>E-wallet</i> Setiap Masyarakat .....	4
Tabel 3. Tingkat Ketenaran <i>E-Wallet</i> di Indonesia.....	4
Tabel 4. Matriks Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 5. Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 6. Bobot Nilai Variabel Penelitian .....	32
Tabel 7. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	32
Tabel 8. <i>Three Box Methode</i> .....	34
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Switching</i> ....	43
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Mencari Variasi.....	44
Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi .....	45
Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ketikpuasan Konsumen.....	46
Tabel 16. <i>Outer Loading Factor</i> Hasil Output PLS.....	49
Tabel 17. Hasil Nilai <i>Fornell-Lacker Criterium</i> .....	50
Tabel 18. Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	51
Tabel 19. Hasil Nilai <i>Composite Relibility</i> .....	51
Tabel 20. Hasil Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	52
Tabel 21. Hasil Nilai <i>R-Square</i> .....	52
Tabel 22. Hasil Nilai Koefisien Jalur ( <i>Path Coefficients</i> ).....	53
Tabel 23. Hasil Uji t Statistik.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peningkatan Pengguna <i>E-Wallet</i> (Jun 2019 – Jun 2020) .....	3
Gambar 2. Jumlah Pengguna <i>E-Wallet</i> .....	5
Gambar 3. 10 Dompot Digital yang Paling Sering Digunakan 2019.....	6
Gambar 4. Model Penelitian Empirik .....	25
Gambar 5. Langkah Analisis <i>SmartPLS</i> 3.0 .....	35
Gambar 6. Konstruksi Diagram Jalur .....	36
Gambar 7. <i>Outer Model</i> Sebelum Re-estimasi .....	47
Gambar 8. <i>Outer Model</i> Setelah Re-estimasi.....	48
Gambar 9. <i>Inner Model</i> .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Mencari Variasi
- Lampiran 3. Promosi
- Lampiran 4. Ketidakpuasan Konsumen
- Lampiran 5. Brand Switching
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 7. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 8. Konstruksi Diagram Jalur
- Lampiran 9. Hasil Outer Model Sebelum Re-estimasi
- Lampiran 10. Hasil Output Outer Model PLS Setelah Re-estimasi
- Lampiran 11. Hasil *Output Model PLS Inner Model*
- Lampiran 12. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 13. t tabel
- Lampiran 14. Bukti Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 15. Hasil Turnitin