

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *SALES PROMOTION*, DAN *SWITCHING BARRIER* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* APLIKASI GOPAY PADA GENERASI Z

NASYWA PUTRI HERVIA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality*, *Sales Promotion*, dan *Switching Barrier* terhadap *Customer Loyalty* Aplikasi GoPay Pada Generasi Z” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Nasywa Putri Hervia
K1401221156



ABSTRAK

NASYWA PUTRI HERVIA. Pengaruh *E-Service Quality*, *Sales Promotion*, dan *Switching Barrier* terhadap *Customer Loyalty* Aplikasi GoPay pada Generasi Z. Dibimbing oleh NUR HASANAH.

Pertumbuhan pengguna internet dan adopsi *fintech* di Indonesia mendorong pesatnya perkembangan layanan dompet digital. GoPay sebagai dompet digital yang pernah mendominasi menghadapi tekanan persaingan di tengah kompetisi yang semakin ketat. Selain itu, fenomena *multi-wallet* menunjukkan bahwa pengguna memiliki berbagai alternatif platform pembayaran digital, sehingga *customer loyalty* menjadi isu yang penting untuk dikaji, khususnya pada Generasi Z sebagai kelompok pengguna dompet digital yang dominan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *e-service quality*, *sales promotion*, dan *switching barrier* terhadap *customer loyalty* pada aplikasi GoPay di kalangan Generasi Z di Jabodetabek menggunakan metode SEM-PLS. Penelitian ini melibatkan 173 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sales promotion* dan *switching barrier* berpengaruh positif signifikan, sementara *e-service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Temuan ini mengimplikasikan bahwa *customer loyalty* dapat ditingkatkan melalui optimalisasi program *cashback*, penguatan *switching barrier* melalui *membership* atau *tiered loyalty* program, serta menjaga stabilitas performa aplikasi.

Kata kunci: *customer loyalty*, dompet digital, *e-service quality*, *sales promotion*, *switching barrier*

ABSTRACT

NASYWA PUTRI HERVIA. The Effect of E-Service Quality, Sales Promotion, and Switching Barrier on Customer Loyalty of GoPay Application among Generation Z. Supervised by NUR HASANAH.

The growth of internet users and fintech adoption in Indonesia has accelerated the development of digital wallet services. GoPay, once the dominant digital wallet, is now facing increasing competitive pressure amid intensifying market competition. In addition, the multi-wallet phenomenon indicates that users have multiple digital payment alternatives, making customer loyalty an important issue to investigate, particularly among Generation Z as the dominant group of digital wallet users. This study aims to analyze the effects of e-service quality, sales promotion, and switching barriers on customer loyalty toward the GoPay application among Generation Z in the Greater Jakarta area using the SEM-PLS method. The study involved 173 respondents. The results indicate that sales promotion and switching barriers have a positive and significant effect on customer loyalty, while e-service quality has no significant effect on customer loyalty. These findings imply that customer loyalty can be enhanced by optimizing cashback programs, strengthening switching barriers through membership or tiered loyalty programs, and maintaining application performance stability.

Keywords: customer loyalty, e-wallet, e-service quality, sales promotion, switching barrier



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *SALES PROMOTION*,
DAN *SWITCHING BARRIER* TERHADAP *CUSTOMER
LOYALTY* APLIKASI GOPAY PADA GENERASI Z**

NASYWA PUTRI HERVIA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Ir. Retnaningsih, M.Si.
- 2 Dr. Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M., LCPC.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality*, *Sales Promotion*, dan *Switching Barrier* terhadap *Customer Loyalty* Aplikasi GoPay pada Generasi Z

Nama : Nasywa Putri Hervia
NIM : K1401221156

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Nur Hasanah, S.Kom., M.Eng.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian:
16 Juli 2026

Tanggal Lulus:
30 Juli 2026



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2026 sampai bulan Juli 2026 ini ialah perilaku konsumen pada layanan *financial technology* yaitu dompet digital, dengan judul **“Pengaruh E-Service Quality, Sales Promotion, dan Switching Barrier terhadap Customer Loyalty Aplikasi GoPay pada Generasi Z”**. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Hasanah, S.Kom., M.Eng. selaku dosen pembimbing tugas akhir dan pembimbing akademik yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Ir. Retnaningsih, M.Si dan Ibu Dr. Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M., LCPC. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan perbaikan atas penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Raden Trizaldi Prima Alamsyah, S.Agr., M.Agr. selaku dosen seminar atau presentasi bisnis yang telah memberikan saran, kritik, dan masukan yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Herry Syamsuddin dan Ibu Silvia Amri selaku orang tua penulis serta Shafiyya Putri Hervia dan Khaira Putri Hervia selaku saudara penulis yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya kepada penulis selama menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Aisyah, Amanda, Ara, Bingah, Catra, Desti, Elmira, Fauziah, Nisa, dan Tabina selaku sahabat penulis serta teman-teman mahasiswa Sekolah Bisnis angkatan 59 yang telah menjadi teman seperjuangan dan memberikan dukungan serta semangat selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas segala bantuan, dukungan, dan kontribusi yang telah diberikan.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Nasywa Putri Hervia



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan	10
1.4 Manfaat	10
1.5 Ruang Lingkup	11
II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 <i>Consumer Behavior Theory (Engel-Blackwell-Miniard)</i>	12
2.2 <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan)	12
2.3 <i>E-Service Quality</i> (Kualitas Layanan Elektronik)	13
2.4 <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)	14
2.5 <i>Switching Barrier</i> (Hambatan Beralih)	15
2.6 Dompet Digital	16
2.7 Penelitian Terdahulu	17
2.8 Kerangka Pemikiran	18
2.9 Hipotesis Penelitian	19
III METODE	21
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data	21
3.4 Teknik Penarikan Sampel	22
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	23
3.6 <i>Analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Squares</i>	25
3.7 Variabel Operasional	27
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	29
4.2 Analisis Karakteristik dan Perilaku Penggunaan Aplikasi GoPay	31
4.3 Analisis Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , <i>Sales Promotion</i> , dan <i>Switching Barrier</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Aplikasi GoPay	37
4.4 Implikasi Manajerial	55
V SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
RIWAYAT HIDUP	75



DAFTAR TABEL

1	Layanan <i>fintech</i> yang paling banyak digunakan tahun 2025	2
2	Dompot digital di Indonesia	3
3	Jumlah <i>rating</i> , ulasan, dan unduhan dompet digital	6
4	Penelitian terdahulu	17
5	Skor pengukuran skala likert	21
6	Klasifikasi tingkat variabel	25
7	<i>Rule of thumb outer model</i>	26
8	<i>Rule of thumb inner model</i>	27
9	Variabel operasional	27
10	Karakteristik demografi responden	31
11	Perilaku penggunaan dompet digital GoPay	35
12	Kepemilikan layanan keuangan digital	36
13	Persepsi responden terhadap <i>e-service quality</i> aplikasi GoPay	37
14	Persepsi responden terhadap <i>sales promotion</i> aplikasi GoPay	38
15	Persepsi responden terhadap <i>switching barrier</i> aplikasi GoPay	39
16	Persepsi responden terhadap <i>customer loyalty</i> aplikasi GoPay	40
17	Nilai <i>average variance extracted</i> (AVE)	44
18	Nilai <i>heterotrait-monotrait ratio</i> (HTMT)	45
19	Nilai <i>fornell-larcker criterion</i>	45
20	Nilai <i>cross loading</i>	46
21	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	46
22	Nilai <i>R-square</i>	47
23	Hasil uji hipotesis	48
24	Rekomendasi strategi	55

DAFTAR GAMBAR

1	Tingkat penetrasi internet di Indonesia (2018-2025)	1
2	Dompot digital yang paling sering digunakan (2023 dan 2026)	3
3	Dompot digital yang paling sering digunakan Gen Z (2023 dan 2026)	4
4	Contoh ulasan negatif mengenai <i>e-service quality</i> aplikasi GoPay	7
5	Contoh ulasan negatif mengenai <i>sales promotion</i> aplikasi GoPay	8
6	Kerangka pemikiran	19
7	Hipotesis penelitian	20
8	Contoh <i>sales promotion</i> yang diterapkan aplikasi GoPay	30
9	Distribusi alasan penggunaan dompet digital GoPay	33
10	Distribusi jenis transaksi yang sering dilakukan menggunakan GoPay	34
11	Model awal penelitian dan nilai <i>outer loading</i> indikator	41
12	Model akhir penelitian dan nilai <i>outer loading</i> indikator	43

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	69
2	Hasil uji validitas dan reliabilitas (<i>pilot test</i>)	73
3	Hasil uji reliabilitas (<i>pilot test</i>)	74