

PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)* DAN PENYEDIA

LAYANAN TERHADAP NILAI PELANGGAN

(Studi pada pelanggan Pom Bensin yang terdapat di Kota Surabaya)

SKRIPSI



OLEH:

STEFANY AGUNG PURWONEGORO

20181221107

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS

EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS

MUHAMMADIYAH SURABAYA

2022

PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)* DAN PENYEDIA

LAYANAN TERHADAP NILAI PELANGGAN

(Studi pada pelanggan Pom Bensin yang terdapat di Kota Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi

salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen

OLEH:

STEFANY AGUNG PURWONEGORO

20181221107

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS

EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS

MUHAMMADIYAH SURABAYA

2022

Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Stefany Agung Purwonegoro
NIM : 20181221107
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

menyatakan bahwa Skripsi/ KTI/ Tesis yang saya tulis ini benar-benar tulisan karya sendiri bukan hasil plagiasi, baik sebagian maupun keseluruhan. Bila dikemudian hari terbukti hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 19 Mei 2022

Yang membuat pernyataan,



(Stefany Agung Purwonegoro)

NIM. 20181221107

PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)* DAN PENYEDIA
LAYANAN TERHADAP NILAI PELANGGAN**

(Studi pada pelanggan Pom Bensin yang terdapat di Kota Surabaya)

Oleh :

Stefiany Agung Purwonegoro

NIM. 20181221107

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 13 Mei 2022

Dosen Pembimbing I



Dr. Mochamad Mochklas, S.si., MM.

Dosen Pembimbing II



Budi Wahyu Mahardhika, SE., ST.,MM.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Rina Mardasari, SM., M.SM.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diajukan dan diayahkan dihadapan Komisi Penguji
Judul : PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTeCH)* DAN PENYEDIA
LAYANAN TERHADAP NILAI PELANGGAN. (Studi pada pelanggan Poin bisnis
di Kota Surabaya)

Nama : Stefany Agung Purwoongoro

NIM : 20181221107

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada hari/Tanggal : Jum'at , 03 Juni 2022

Pukul : 11.00 – 14.30 WIB

Komisi Penguji terdiri dari :

Ketua Penguji :


Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si.

Anggota 1


Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M.

Anggota 2


Budi Wahyu Maharbhika, SE., ST., MM.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M.

Kepala Program Studi Manajemen



Budi Wahyu Maharbhika, SE., ST., MM.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Meskipun hidup tidak sejalan dengan apa yang kamu inginkan, Allah maha mengetahui apa yang terbaik untukmu. Tidak ada yang bisa menghentikanku dari menjalani hidupku sepenuhnya.

Persembahan :

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk keluarga terkhusus pada ibu dan ayah tercinta yang selalu memberikan doa dan support selama ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya dalam penyusunan skripsi ini dengan judul “(PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)* DAN PENYEDIA LAYANAN TERHADAP NILAI PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Pom bensin di Kota Surabaya)” dapat terselesaikan.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan saran dan dorongan dari semua pihak , sehingga penulis dapat menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. dr. H. Sukadiono, M.M., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochamad Mockhlas, S.Si., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya
3. Rina Maretasari, SM, M.SM selaku Ketua Program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Dr. Mochamad Mockhlas, S.Si., M.M selaku Pembimbing I yang telah memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Budi Wahyu Mahardhika, SE., ST.,MM. selaku Pembimbing II yang telah juga memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
 6. Dr.Didin Fatihudin, SE.,M.Si Dosen Penguji yang telah memberikan waktu untuk menguji dengan penuh kesabaran sehingga berjalan lancar.
 7. Bapak dan ibu dosen serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya khususnya Prodi Manajemen.
 8. Orang tua tercinta yaitu Bunda Ra.Dra.,Ec SulistyoroRini, Bapak Agung Purwanto, S.H, Kakak drh. Meindya Agung Purwonegoro M.Vet dan adik Delvin Ihtisyam Zacharya yang telah memberikan dukungan, kasih sayang dan doa yang tiada henti selama masa hidup peneliti.
 9. Teman selama di Bangku Perkuliahan Dyah Rifda Annahlia, Maulina Bella Oktavianora, Kurniallah Sandi, dan Muhammad Ainul Yakin.
 10. Teman semua se-angkatan 2018, yang memberi semangat hingga dapat diselesaikannya penulisan skripsi ini.
 11. Sahabat dan Teman-teman yang selalu mendukung serta mendoakan kelancaran dalam pembuatan Skripsi.
 12. Anonym yang selalu mendukung dan memberi support dalam mengerjakan skripsi ini.
 13. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.
- Semoga amal kebaikan dan semua mendapat imbalan yang luar biasa dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak kekurangan dan kelemahan, baik isi maupun pembahasannya : :tiada gading yang tak retak”. Oleh karena penulis “terbuka” akan kritikan yang sifatnya membangun demi penyempurnaan skripsi di masa mendatang.

Besar harapan semoga skripsi ini bermanfaat khususnya begi teman-teman mahasiswa FEB dan masyarakat pada umumnya.

Surabaya, 13 Mei 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that are difficult to decipher but appear to start with 'S' and end with a horizontal stroke.

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
PERSETUJUAN UNTUK SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	8
C. TUJUAN PENELITIAN.....	8
D. MANFAAT PENELITIAN	9
D. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. LANDASAN TEORI.....	11
a. <i>Technology Accepted Model (TAM)</i>	12
1) <i>Perceived usefulness (PU)</i>	13
2) <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i>	13
3) <i>Attitude of Toward (AOT)</i>	14
4) <i>Behaviour Intention to Use (BITU)</i>	15
B. PENELITIAN TERDAHULU.....	26
C. KERANGKA KONSEPTUAL.....	28
D. HIPOTESIS	28
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. JENIS DAN PENDEKATAN PENELITIAN.....	28
B. VARIABEL DAN INDIKATOR PENELITIAN.....	29
E. LOKASI PENELITIAN	36
F. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	36

G. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	37
H. TEKNIK ANALISIS DATA	38
BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN.....	48
A. GAMBARAN UMUM	48
B. DESKRIPSI DATA	48
C. HASIL UJI HIPOTESIS	60
D. ANALISIS PEMBAHASAN	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. KESIMPULAN.....	69
B. KETERBATASAN PENELITIAN	69
C. SARAN.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian.....	42
Tabel 3.2 Tabel Skala Pengukuran.....	47
Tabel Deskripsi Data.....	48
Tabel 4.1 Usia.....	49
Tabel 4.2 Pekerjaan.....	50
Tabel 4.3 Pendapatan.....	51
Tabel 4.4 Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.5 Jenis Kendaraan	52
Tabel 4.6 Uji Normalitas setelah Transformasi.....	53
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.8 Uji Autokorelasi.....	55
Tabel 4.9 Uji Heterokedastisitas.....	56
Tabel 4.10 Uji Validitas.....	57
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.13 Uji Statistik-T.....	60
Tabel 4.14 Uji Statistik-F	61
Tabel 4.15 Hasil dari Temuan Penelitian.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna <i>Financial Technology (FINTECH)</i>	2
Gambar 2.1 Model TAM.....	16
Gambar 2.3 Gambar Kerangka Konseptual.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	78
Lampiran 3 Hasil Uji Distribusi Variabel.....	90
Lampiran 4 Tabel T-Hitung.....	94
Lampiran 5 Tabel F Hitung.....	95
Lampiran 6 Sk Dosen Pembimbing.....	98
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	99
Lampiran 8 Kartu Bimbingan Skripsi.....	102
Lampiran 9 Surat Keterangan Bukti Plagiasi.....	103
Lampiran 10 Endorsement Letter.....	104
Lampiran 11 Lembar Persetujuan Revisi.....	105

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Danyali, A. (2018). Factors influencing customers' change of behaviors from online banking to mobile banking in Tejarat Bank, Iran. *Journal of Organizational Change Management*, 31(6), 1226–1233. <https://doi.org/10.1108/JOCM-07-2017-0269>
- Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1180–1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82(2), 261–277. <https://doi.org/10.1037/h0076477>
- Alsabawy, A. Y., Cater-Steel, A., & Soar, J. (2013). IT infrastructure services as a requirement for e-learning system success. *Computers and Education*, 69, 431–451. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.07.035>
- Arfifahani, D. (2018). Influence of customer value on customer loyalty through customer satisfaction (Concordia Executive Lounge Case Study Terminal A Adisutjipto International Airport Yogyakarta). In *Jurnal Ekobis Dewantara* (Vol. 1, Issue 3).
- Arie, A., Siti, H., Handayani, R., & Susilo, H. (n.d.). Analysis of tam practices (technology acceptance model) in supporting online businesses by utilizing the social network instagram. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 26, Issue 1).
- Ashghar, A., Nurlatifah, H., Studi, P., Pemasaran, M., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2020). Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Risk on Buying Back Through e-Trust and s-Satisfaction (Gopay User Case Study on MSME Transactions). In *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* (Vol. 1, Issue 1). www.wartakota.com
- Barua, A., Kriebel, C. H., & Mukhopadhyay, T. (1995). Information technologies and business value: An analytic and empirical investigation. *Information Systems Research*, 6(1), 3–23. <https://doi.org/10.1287/isre.6.1.3>

- Brynjolfsson, E., & Yang, S. (1996). *Information Technology and Productivity: A Review of the Literature*.
- Cossío-Silva, F. J., Revilla-Camacho, M. Á., Vega-Vázquez, M., & Palacios-Florencio, B. (2016). Value co-creation and customer loyalty. *Journal of Business Research*, 69(5), 1621–1625. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.028>
- Davis1989. (n.d.). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.
- Denny Erica, H. A. R. (n.d.). *The Influence of Service Quality and the use of information technology on customer satisfaction and loyalty of online transportation services in Jakarta*.
- Fatihudin, Didin. 2020. *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Sidoarjo : Zifatama.
- Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., & Weber, M. (2017). FinTech in Germany. *FinTech in Germany*, 1–121. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-54666-7>
- Effendy, A., Mitha, M. I., & Restuti, D. (n.d.). *The effect of computer anxiety on employee expertise in using computers*.
- Fikri, s., wiyani, w., & suwandar, a. (n.d.). *Influence of quality of service on student satisfaction and loyalty (Study in Strata I Students Faculty of Social and Political Sciences University of Merdeka Malang)*.
- Friess, D. A., & Webb, E. L. (2014). Variability in mangrove change estimates and implications for the assessment of ecosystem service provision. *Global Ecology and Biogeography*, 23(7), 715–725. <https://doi.org/10.1111/geb.12140>
- Garit Suhendar, E. Y. (2017). Kepuasan Sebagai Variabel Mediator. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator*, 51(2), 58–67.
- Gould, W. (2009). Mata Matters: File processing. In *The Stata Journal* (Vol. 9, Issue 4).
- Ilham Fachmi, M., Rahayu Tri Astuti, S., & Manajemen, J. (2016). Analysis of website design, vendor reputation, and perception of ease of transaction of

- online shopping purchasing decisions with the perception of customer value as an intervening variable. *Diponegoro journal of management*, 5(3), 1–17. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Jaiswal, D., Kaushal, V., Kant, R., & Kumar Singh, P. (2021). Consumer adoption intention for electric vehicles: Insights and evidence from Indian sustainable transportation. *Technological Forecasting and Social Change*, 173(November 2020), 121089. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121089>
- James Fitzsimmons, Mona Fitzsimmons and Sanjeev Bordoloi, 2006. (n.d.). *Service Management (Operation Strategy, Information Strategy)*. 3–5.
- Jaziri, R., & Miralam, M. (2019). *Modelling the Crowdfunding Technology Adoption Among Novice*. 7(1), 353–374.
- Kim, D., & Kim, S. (2017). The role of mobile technology in tourism: Patents, articles, news, and mobile tour app reviews. *Sustainability (Switzerland)*, 9(11). <https://doi.org/10.3390/su9112082>
- Krisna Yudha, C., & Wayan Ramantha, I. (n.d.). *The influence of Computer Anxiety and Computer Attitude on the user's expertise in using computers*.
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35–46. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003>
- Lee, J., Krishnan, V., & Shin, H. (2020). Business models for technology-intensive supply chains. *Management Science*, 66(5), 2120–2139. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3306>
- Lim, W. M., & Ting, D. H. (2012). E-shopping: An analysis of the technology acceptance model. *Modern Applied Science*, 6(4), 49–62. <https://doi.org/10.5539/mas.v6n4p49>
- Lufitasari, E., Mochklas, M., & Soelistya, D. (2020). Employee performance pt. Millenium pharmacon international tbk: quality of human resources (hr) and information systems of millenium pharmacon international (simpi). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(03), 256–264. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i03.1329>
- Mahmood, M. A., & Mann, G. J. (1993). Measuring the organizational impact of

- information technology investment: An exploratory study. *Journal of Management Information Systems*, 10(1), 97–122. <https://doi.org/10.1080/07421222.1993.11517992>
- Mardikawati, W., & Farida, N. (n.d.). *Influence of customer value and quality of service on customer loyalty, through customer satisfaction on customer bus efficiency (Po Studies Efficiency Department of Yogyakarta-Cilacap)*.
- Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G., & Quaglia, R. (2021). Digital transformation and customer value creation in Made in Italy SMEs: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Business Research*, 123, 642–656. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.033>
- Mitra, S., & Chaya, A. K. (1996). Analyzing Cost-Effectiveness of Organizations: The Impact of Information Technology Spending. *Journal of Management Information Systems*, 13(2), 29–57. <https://doi.org/10.1080/07421222.1996.11518122>
- N Reshetnikova, M Magomedov, D. B. (2021). (2021). *Digital Finance Technologies : Threats and Challenges to the Global and National Financial Security Digital Finance Technologies : Threats and Challenges to the Global and National Financial Security*. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/666/6/062139>
- Novi Tri Utami, 2015. (n.d.). *analysis of behavioral intentions and digital use behavior in undergraduate students of Semarang State University*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Poushneh, A., & Vasquez-Parraga, A. Z. (2018). The role of customer readiness and participation in non-technology-based service delivery. *Journal of Consumer Marketing*, 35(6), 588–600. <https://doi.org/10.1108/JCM-11-2016-2006>
- Pribadiono, A. (2016). Transportasi Online Vs Transportasi Tradisional Non-Online Persaingan Tidak Sehat Aspek Pemanfaatan Aplikasi Oleh Penyelenggara Online. *Lex Jurnalica*, 13(2).

- Rahmi. (2016). The effect of usefulness, ease of use, and enjoyment towards attitude and intention to use e-reader: study on jakarta state university's students. In *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* / (Vol. 7, Issue 2).
- Rai, A., Lang, S. S., & Welker, R. B. (2002). Assessing the validity of IS success models: An empirical test and theoretical analysis. *Information Systems Research*, 13(1), 50–69. <https://doi.org/10.1287/isre.13.1.50.96>
- Rizki, P., Istiarni, D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analysis of the influence of perception of benefits, ease of use and credibility on interests in the repeated use of internet banking with the attitude of use as an intervening variable (Studi Empiris: Internet Banking Service Customers in Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 888–897.
- Shamim, A., Ghazali, Z., & Albinsson, P. A. (2017). Construction and validation of customer value co-creation attitude scale. *Journal of Consumer Marketing*, 34(7), 591–602. <https://doi.org/10.1108/JCM-01-2016-1664>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Susan, M., & Djajadikerta, H. (2020). Determinants of e-money adoption: An empirical study. *International Journal of Trade and Global Markets*, 13(1), 98–105. <https://doi.org/10.1504/IJTGM.2020.104911>
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00041-0](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0)
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Walton, S. M., & Thong, J. Y. L. (n.d.). *Quarterly Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology I*. <http://about.jstor.org/terms>
- Wibowo, A. (n.d.). *Review of the behavior of information system users with a technology acceptance model (tam) approach*.

- Wijaya, A., Aliyanto, A., Informasi, S., Tinggi, S., & Musi, T. (n.d.). Google Apps For Education Acceptance Analysis Using TAM (Technology Acceptance Model). In *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi Terapan*.
- Woodruff, R. B. (1997). Customer value: The next source for competitive advantage. In *Academy of Marketing Science. Journal; Spring* (Vol. 25, Issue 2). ABI/INFORM Complete.