

**LOYALITAS PASCA PEMBELIAN *E-MONEY***

**T-CASH TELKOMSEL**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana**

**Ilmu Komunikasi**



**ZAITUN APRIANTI**

**1141003039**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2018**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip  
maupun dirujuk telah saya nyatakan secara benar.**

**Nama** : Zaitun Aprianti

**NIM** : 1141003039

**Tanda Tangan**

: 

**Tanggal** : 3 Agustus 2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Zaitun Aprianti  
NIM : 1141003039  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : "Loyalitas Pasca Pembelian *E-money* T-Cash  
Telkomsel"


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M

Penguji 1 : Mirana Hanathasia S.Sos., M.MediaPrac

Penguji 2 : Dianingtyas Putri S.Sos, M.Si



( [Signature] )  
( [Signature] )  
( [Signature] )

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan yang maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, saya mampu menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “*Loyalitas Pasca Pembelian E-money T-Cash Telkomsel*” ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, saya mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

- a. Allah SWT, yang selalu memberikan kesehatan dan kemudahan bagi saya sehingga saya bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- b. Ibu terimakasih untuk selalu tidak hentinya memberikan doa, motivasi, dan semangat kepada saya, serta begitu sabarnya engkau untuk mengarahkan saya semakin baik, terima kasih Ibu untuk kasih sayang yang engkau berikan kepada saya.
- c. Bapak terimakasih untuk dukungan, semangat, dan doa kepada saya, terimakasih untuk kasih sayang bapak selama ini.
- d. Ayuk terimakasih telah menjadi kakak yang selalu memberi arahan, motivasi, serta doa untuk saya, ayuk terimakasih telah menjadi kakak panutan bagi adikmu.
- e. Umak, Mbai, Akas dan Mela terimakasih telah memberikan pelajaran terindah dalam hidup saya dan selalu memberi dukungan serta semangat dalam setiap keadaan.
- f. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku dosen pembimbing skripsi dan selaku ketua Program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, memberi saran, motivasi, dan semangat untuk menyelesaikan pembuatan Tugas Akhir ini.

- g. Ibu Tuti Widiastuti selaku dosen pembimbing akademik yang dengan sabar mengarahkan saya, memberi semangat dalam masa perkuliahan.
- h. Ibu Mirana Hanathasia, Ibu Anita Wati, Mas Erwin, Miss Indah dan dosen lainnya yang sudah memberikan ilmunya kepada saya, semoga ilmu yang diberikan bisa bermanfaat bagi saya dan orang banyak.
- i. Noni Loudika E selaku sahabat tedekat saya selama hidup di Jakarta, terima kasih telah menjadi penyemangat, penenang, serta penghibur saya selama menjalani lika liku perkuliahan dari semester 1-8. Walaupun sejejunya engkau sangat menjengkelkan tetapi saya tetap setia menghadapimu, *Thank you for being a part of my life* cebol.
- j. Ahmad Anwar Primadanius terimakasih telah memberi motivasi, doa, serta selalu memberi nasehati ketika saya salah, terima kasih karena kamu selalu menuntunku supaya menjadi lebih baik.
- k. Teman-teman *four* wekwek yang selalu memberikan hiburan, semangat, dan doa kepada saya
- l. Teman-teman komunal 11, komunal 12, komunal 13, komunal 14, komunal 15, komunal 16 yang sudah menjadi teman dan saudara baru selama masa perkuliahan.
- m. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini

Akhir kata, saya menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini dikemudian hari. Kiranya penelitian ini dapat membawa manfaat bagi aktivitas akademik Universitas Bakrie dan pembaca sekalian.

Jakarta, 3 Agustus 2018

Zaitun Aprianti

### HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zaitun Aprianti  
NIM : 1141003039  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“LOYALITAS PASCA PEMBELIAN *E-MONEY* T-CASH TELKOMSEL”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih medikan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 3 Agustus 2018

Yang menyatakan,



(Zaitun Aprianti)

# LOYALITAS PASCA PEMBELIAN *E-MONEY* T-CASH TELKOMSEL

Zaitun Aprianti

## ABSTRAK

---

T-Cash adalah layanan uang elektronik dari operator Telkomsel yang berfungsi sebagai alat pembayaran melalui ponsel (*mobile money*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis loyalitas konsumen pasca pembelian *e-money* T-Cash Telkomsel. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam sedangkan data sekunder melalui literatur jurnal dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan pasca pembelian yang menentukan loyalitas konsumen, loyalitas konsumen terdiri dari *cognitive*, *affective*, *conative*, dan *action*. *Cognitive* ditunjukkan saat konsumen merasa bimbang dan cenderung mudah berpindah. *Affective* ditunjukkan saat konsumen merasa puas dan tidak puas dengan *e-money* T-Cash. *Conative* ditunjukkan saat konsumen sudah puas dan berkomitmen dengan T-Cash. *Action* ditunjukkan saat konsumen menjadikan motivasi untuk secara terus-menerus membeli serta menjadi kebiasaan membeli produk. Loyalitas pasca pembelian terpenuhi karena semua faktor sudah terpenuhi.

**Kata kunci** : *E-money*, Konsumen, T-Cash, Telkomsel.

# LOYALITAS PASCA PEMBELIAN *E-MONEY* T-CASH TELKOMSEL

Zaitun Aprianti

## ABSTRAK

---

*T-Cash is an electronic money service from Telkomsel operator that serves as a means of payment via mobile (mobile money). The purpose of this research is to analyze consumer loyalty after purchase of Telkomsel T-Cash e-money. This research is a descriptive qualitative research with case study approach. Primary data collection is done through in-depth interview while secondary data through journal literature and literature study. This research showed that the post-purchase stage are determines consumer loyalty consists of cognitive, affective, conative, and action. Cognitive is addressed when consumers feel hesitant and tend to move easily. Affective is shown when consumers are satisfied and dissatisfied with e-money T-Cash. Conative shown when consumers are satisfied and mengkitmed with T-Cash. Action is shown when consumers make the motivation to continuously buy and become a habit of buying products. Post-purchase loyalty is fulfilled because all factors are met.*

**Keywords :** *E-money, Consumer, T-Cash, Telkomsel.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>2</b>
1.1 Latar Belakang.....	<b>2</b>
1.2 Rumusan Masalah.....	<b>15</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>15</b>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<b>16</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>17</b>
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	<b>17</b>
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	<b>27</b>
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	<b>27</b>
2.2.2 <i>Consumer Behavior</i> (Perilaku Konsumen).....	<b>29</b>
2.2.3 <i>Post Purchase</i> (Pasca Pembelian).....	<b>32</b>

2.2.4	Loyalitas.....	34
2.3	Kerangka Pemikiran.....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>42</b>
3.1	Metodologi Penelitian.....	42
3.2	Obyek Penelitian.....	45
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.1	Sumber Data.....	46
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.4	Definisi Konseptual dan Operasional Konsep.....	50
3.4.1	Definisi Konseptual.....	50
3.4.2	Operasional Konsep.....	52
3.5	Teknik Analisis Data.....	53
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	55
3.7	Batasan dan Fokus Penelitian.....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>58</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Subyek Penelitian.....	58
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58
4.1.2	Gambaran Subyek Penelitian.....	62
4.2	Temuan dan Penelitian.....	64
4.2.1	Perilaku Konsumen Pasca Pembelian <i>E-money</i> T-Cash Telkomsel... <td>64</td>	64
4.2.2	Loyalitas Konsumen <i>E-money</i> Telkomsel.....	69
4.3	Pembahasan.....	74
4.3.1	Pasca Pembelian <i>E-money</i> T-Cash Telkomsel.....	74
4.3.2	Loyalitas konsumen <i>E-money</i> T-Cash Telkomsel.....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>90</b>
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	92

5.2.1	Saran Akademis.....	92
5.2.2	Saran Praktisi.....	92

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	20
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran .....	41
Tabel 3.1 Kriteria Informan.....	45
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep.....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah dan Transaksi Uang Elektronik 2010-2017.....	3
Gambar 1.2	Lembaga Penerbit <i>E-Money</i> di Indonesia.....	5
Gambar 1.3	Lembaga Penerbit <i>E-Money</i> di Indonesia.....	5
Gambar 1.4	Pangsa Pasar Pelanggan Seluler Indonesia 2015.....	6
Gambar 1.5	Cara Penggunaan T-Cash.....	8
Gambar 1.6	Penawaran yang Diberikan T-Cash.....	10
Gambar 1.7	<i>Ratings &amp; Reviews</i> T-Cash.....	11
Gambar 1.8	<i>Ratings &amp; Reviews</i> T-Cash.....	12
Gambar 2.1	<i>Decision Making Process</i> .....	30
Gambar 2.2	Tingkatan Loyalitas Konsume.....	36
Gambar 2.3	<i>Four-Stage Loyalty Model</i> .....	37
Gambar 4.1	Logo Telkomsel.....	58
Gambar 4.2	Logo T-Cash.....	59
Gambar 4.3	Alur Kerja T-Cash.....	60
Gambar 4.4	Penawaran T-Cash.....	77
Gambar 4.5	Aplikasi T-Wallet.....	78
Gambar 4.6	Telkomsel dan T-Cash.....	78
Gambar 4.7	Pembayaran di <i>Merchant</i> T-Cash.....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara dengan Perusahaan <i>E-money</i> T-Cash Telkomsel.....	97
Lampiran 2 Hasil Wawancara dengan <i>Digital Marketing Communication</i> .....	103
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Atika Konsumen <i>E-money</i> T-Cash Telkomsel.....	109
Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan Fajri Konsumen <i>E-money</i> T-Cash Telkomsel.....	114
Lampiran 5 Hasil Wawancara dengan Arifa Konsumen <i>E-money</i> T-Cash Telkomsel.....	119
Lampiran 6 Hasil Wawancara dengan Hadena Konsumen <i>E-money</i> T-Cash Telkomsel.....	124
Lampiran 7 Dokumentasi .....	128