



Hubungan Tingkat *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*, Tingkat *e-Desain Aplikasi*, dan Tingkat *e-Relative Advantage* terhadap Tingkat *e-Repurchase Digital Perbankan Jenius* di Surabaya yang Dimediasi oleh Tingkat *e-Trust*

TESIS

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan
Pendidikan Sarjana Strata 2
Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun :

Nama : Diah Kurnia Hidayati

NIM : 14040119410024

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2021**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menegaskan bahwa :

Nama : Diah Kurnia Hidayati
NIM : 14040119410024
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Tesis yang saya susun dengan judul :

“Hubungan Tingkat *Electronic Word of Moth (e-WOM)*, Tingkat *e-Desain Aplikasi*, dan Tingkat *e-Relative Advantage* terhadap Tingkat *e-Repurchase Digital Perbankan Jenius di Surabaya yang Dimediasi oleh Tingkat *e-Trust*”*. Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Tesis atau Karya Ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Juni 2021.

Pembuat Pernyataan,



Diah Kurnia Hidayati

NIM. 14040119410024

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

Hubungan Tingkat *Electronic Word of Moth (e-WOM)*, Tingkat *e-Desain Aplikasi*, dan Tingkat *e-Relative Advantage* terhadap Tingkat *e-Repurchase Digital Perbankan Jenius di Surabaya* yang Dimediasi oleh Tingkat *e-Trust*

DISUSUN OLEH

Nama : Diah Kurnia Hidayati

NIM : 14040119410024

Telah disetujui di depan Tim Penguji

Semarang, Juni 2021

Pembimbing



Dr. Sunarto, M.Si.

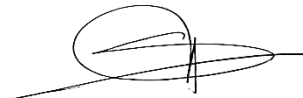
NIP : 19660727.199203.1.00.1

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Penyusun : Diah Kurnia Hidayati
NIM : 14040119410024
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : **Hubungan Tingkat *Electronic Word of Moth (e-WOM)*, Tingkat *e-Desain Aplikasi*, dan Tingkat *e-Relative Advantage* terhadap Tingkat *e-Repurchase Digital* Perbankan Jenius di Surabaya yang Dimediasi oleh Tingkat *e-Trust*.**

PEMBIMBING TESIS

Pembimbing



Dr. Sunarto, M.Si.

NIP. 19660727.199203.1.00.1

Ketua Program Studi



Dr. Nurul Hasfi, S.Sos., M.A.

NIP. 19790831.200604.2.001

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Nama Penyusun : Diah Kurnia Hidayati
NIM : 1404119410024
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : **Hubungan Tingkat *Electronic Word of Moth (e-WOM)*, Tingkat *e-Desain Aplikasi*, dan Tingkat *e-Relative Advantage* terhadap Tingkat *e-Repurchase Digital* Perbankan Jenius di Surabaya yang Dimediasi oleh Tingkat *e-Trust*.**

Telah dipertahankan dalam sidang Ujian Tesis Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 15 Juni 2021
Waktu : 10.00 WIB
Tesis dinyatakan : LULUS

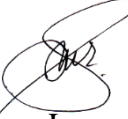
PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua Sidang : Prof. Naili Farida




(Prof. Naili Farida.)

Penguji 1 : Dr. Yanuar Luqman, M.Si.




(Dr. Yanuar Luqman, M.Si.)

Penguji 2 : Dr. Adi Nugroho, M.Si.



(Dr. Adi Nugroho, M.Si.)

Penguji 3 : Dr. Sunarto, M.Si.



(Dr. Sunarto, M.Si.)

ABSTRAK

Komunikasi Pemasaran memiliki peran vital dalam promosi sebuah produk. Hal tersebut terutama bagi sebuah produk baru dan inovatif. Inovasi tersebut itu lah yang membuat Jenius sebagai produk digital perbankan dengan sistim *Reinvented Banking* pertama di Indonesia harus mampu melakukan proses komunikasi pemasaran agar produk inovasinya semakin dikenal oleh seluruh masyarakat luas. Didasari Teori Difusi Inovasi, penelitian ini menggunakan variabel *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*, *e-Desain Aplikasi* dan *e-Relative Advantage*, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan-hubungan variabel tersebut dengan *e-Repurchase* yang dimediasi oleh *e-Trust* pengguna aplikasi Jenius di Surabaya. Penelitian menggunakan metode kuantitatif kepada 120 sampel dengan pengolahan data menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan *e-Relative Advantage* memiliki peran paling signifikan terhadap perilaku *e-Repurchase* dan *e-Trust* tidak berperan untuk memediasi ketiga variabel independen penelitian terhadap variabel dependennya.

ABSTRACT

Marketing Communication has a vital role in the promotion of a product. This is especially true for a new and innovative product. This innovation made Jenius as a digital banking with the first Reinvented Banking system in Indonesia, had to carry out the marketing communication process so that its innovative products could be recognized by the entire public. Based on the Diffusion of Innovation Theory, this study used Electronic Word of Mouth (e-WOM), e-Application Design, and e-Relative Advantage variables. This study aimed to determine the relationship between these variables and e-Repurchase mediated by e-Trust for Jenius users in Surabaya. The study used quantitative methods to 120 samples using SmartPLS' data processing. The results showed that e-Relative Advantage had the most significant role on e-Repurchase behavior and e-Trust had no role in mediating the three independent variables of the study on the dependent variable.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas ijin, rahmat dan karunia-Nya yang telah memudahkan penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “**Hubungan Tingkat *Electronic Word of Moth (e-WOM)*, Tingkat *e-Desain Aplikasi*, dan Tingkat *e-Relative Advantage* terhadap Tingkat *e-Repurchase Digital Perbankan Jenius di Surabaya yang Dimediasi oleh Tingkat *e-Trust****”

Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan Bapak Dr. Sunarto, M.Si. selaku dosen pembimbing. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari beliau mungkin rasanya akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Ungkapan terimakasih tak lepas pula disampaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini di antaranya :

1. Ibu Dr. Nurul Hasfi, S.Sos., M.A. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Sunarto, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam memberikan bimbingan dan ilmu kepada penulis.
3. Prof Naili Farida, Bapak Dr. Yanuar Luqman, M.Si., dan Bapak Dr. Adi Nugroho, M.Si. yang sudah menguji dan memberikan saran serta masukan dalam penelitian peneliti.
4. Kedua Orangtua dan keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan kelancaran penulis dalam melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.

5. Para responden yang sudah terlibat dalam penelitian ini.
6. Ninda selaku teman sebangku dan teman pertama di MIKOM, Pritha selaku komting dan tempat bertukar pikiran, dan semua teman-teman MIKOM KOMSTRA 12.
7. Winda Dwi Asmianti selaku sahabat dari jaman SMA yang selalu setia mendengarkan keluh kesah dan bahagia bersama.
8. For J, a Chicagoan k-pop boy who has saved me. Thank you for being born, being my pill of happiness, being my motivation. And thank you for keeping me alive.

Semoga Thesis ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca khususnya para mahasiswa Pascasarjana Magister Komunikasi Universitas Diponegoro. Penulis sadar bahwa laporan ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan Tesis ini.

Semarang, Juni 2021

Penulis

Diah Kurnia Hidayati

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
PANITIA PENGUJI TESIS	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Signifikansi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1. Signifikansi Akademik.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2. Signifikansi Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.4.3. Signifikansi Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
1.5. Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.1. Paradigma Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.2. State of The Art.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.3. Level dan Konteks Komunikasi	Error! Bookmark not defined.
1.5.4. Konsep Komunikasi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.5. Teori Difusi Inovasi	Error! Bookmark not defined.
1.5.6. Konsep Electronic Word of Mouth..	Error! Bookmark not defined.
1.5.7. Konsep <i>e-Desain</i> Aplikasi.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.8. Konsep <i>e-Relative Advantage</i>	Error! Bookmark not defined.
1.5.9. <i>E-Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
1.5.10. Konsep <i>e-Repurchase</i>	Error! Bookmark not defined.
1.6. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.7. Hubungan Antarvariabel	Error! Bookmark not defined.
1.7.1. Electronic Word of Mouth (e-WOM) secara positif memengaruhi e-Trust. Error! Bookmark not defined.	
1.7.2. <i>e-Desain</i> Aplikasi secara positif memengaruhi <i>e-Trust</i> Error! Bookmark not defined.	
1.7.3. <i>e-Relative Advantage</i> secara positif memengaruhi e-Trust. Error! Bookmark not defined.	
1.7.4. <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> secara positif memengaruhi <i>e-Repurchase</i> Error! Bookmark not defined.	

1.7.5.	<i>e</i> -Desain Aplikasi secara positif memengaruhi <i>e-Repurchase</i> .	Error! Bookmark not defined.
1.7.6.	<i>e-Relative Advantage</i> secara positif memengaruhi <i>e-Repurchase</i> .	Error! Bookmark not defined.
1.7.7.	<i>e-Trust</i> secara positif memengaruhi <i>e-Repurchase</i>	Error! Bookmark not defined.
1.8.	Kerangka Model Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.9.	Definisi Konseptual	Error! Bookmark not defined.
1.10.	Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
1.11.	Metoda penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.11.1.	Tipe Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.11.2.	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.11.3.	Teknik Sampling	Error! Bookmark not defined.
1.11.4.	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
1.11.5.	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1.11.6.	Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.11.7.	Skala Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
1.11.8.	Teknik Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
1.11.9.	Teknik Analisa Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.11.10.	Kualitas Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
2.1.1	Profil Kota Surabaya	Error! Bookmark not defined.
2.1.2	Visi Misi Kota Surabaya	Error! Bookmark not defined.
2.2.1	Profil BTPN	Error! Bookmark not defined.
2.2.2	Profil dan Fitur Jenius	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
3.1.	Deskripsi Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
3.1.1	Usia Responden.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.2	Jenis Kelamin Responden	Error! Bookmark not defined.
3.1.3	Pekerjaan Responden	Error! Bookmark not defined.
3.1.4	Pendidikan Terakhir Responden	Error! Bookmark not defined.
3.1.5	Status Tempat Tinggal	Error! Bookmark not defined.
3.1.6	Domisili Kota Surabaya	Error! Bookmark not defined.
3.1.7	Jumlah Pengeluaran Responden.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.8	Intensitas Mengakses Informasi tentang Jenius oleh Responden	Error! Bookmark not defined.
3.2.	Deskripsi Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Electronic Word of Mouth (e-WOM)	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	<i>e</i> -Desain Aplikasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.3	<i>e-Relative Advantage</i>	Error! Bookmark not defined.
3.2.4	<i>e-Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
3.2.5	<i>e-Repurchase</i>	Error! Bookmark not defined.

3.3.	Analisa Tabulasi Silang.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Hasil Crosstab Electronic Word of Mouth (e-WOM)*e-Repurchase Error! Bookmark not defined.	
3.3.2	Hasil Crosstab Electronic Word of Mouth (e-WOM)*e-Trust*e-Repurchase.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Hasil Crosstab e-Desain Aplikasi* e-Repurchase	Error! Bookmark not defined.
3.3.4	Hasil Crosstab e-Desain Aplikasi*e-Trust*e-Repurchase	Error! Bookmark not defined.
3.3.5	Hasil Crosstab Electronic Word of Mouth (e-WOM)*e-Desain Aplikasi*e-Repurchase	Error! Bookmark not defined.
3.3.6	Hasil Crosstab Electronic Word of Mouth (e-WOM)*e-Desain Aplikasi*e-Trust*e-Repurchase.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.7	Hasil Crosstab e-Relative Advantage*e-Repurchase.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.8	Hasil Crosstab e-Relative Advantage*e-Trust*e-Repurchase .	Error! Bookmark not defined.
3.3.9	Hasil Electronic Word of Mouth (e-WOM)*e-Relative Advantage*e-Repurchase	Error! Bookmark not defined.
3.3.10	Hasil Electronic Word of Mouth (e-WOM)*e-Relative Advantage*e-Trust*e-Repurchase.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.11	Hasil Crosstab e-Desain Aplikasi*e-Relative Advantage*e-Repurchase.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.12	Hasil Crosstab e-Desain Aplikasi*e-Relative Advantage*e-Trust*e-Repurchase.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.13	Hasil Crosstab Electronic Word of Mouth (e-WOM)*e-Desain Aplikasi *e-Relative Advantage*e-Trust.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.14	Hasil Crosstab Electronic Word of Mouth (e-WOM)*e-Desain Aplikasi*e-Relative Advantage*e-Repurchase.	Error! Bookmark not defined.
3.3.15	Hasil Crosstab Electronic Word of Mouth (e-WOM)*e-Desain Aplikasi*e-Relative Advantage*e-Trust*e-Repurchase.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
4.1	Analisi Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Uji Validitas dan Relibilitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Structural Model.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.2	Interpretasi Hasil Penelitian.	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Electronic Word of Mouth (e-WOM) Memengaruhi Kepercayaan Online (e-Trust) Pengguna Jenius di Surabaya.....	Error! Bookmark not defined.

4.2.2	<i>e-Desain Aplikasi Memengaruhi Kepercayaan Online (e-Trust) Pengguna Jenius di Surabaya.....</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	<i>e-Relative Advantage Memengaruhi Kepercayaan Online (e-Trust) Pengguna Jenius di Surabaya.....</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	<i>Electronic Word of Mouth (e-WOM) Memengaruhi e-Repurchase Pengguna Jenius di Surabaya.....</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.5	<i>e-Desain Aplikasi Memengaruhi e-Repurchase Pengguna Jenius di Surabaya.....</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.6	<i>e-Relative Advantage Memengaruhi e-Repurchase Pengguna Jenius di Surabaya.</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.7.	<i>e-Trust Memengaruhi e-Repurchase Pengguna Jenius di Surabaya.</i>	Error! Bookmark not defined.
Error! Bookmark not defined.		
BAB V	Error! Bookmark not defined.
5.1	Implikasi Teoritis	Error! Bookmark not defined.
5.2	Implikasi Praktis.....	Error! Bookmark not defined.
5.3	Implikasi Sosial	Error! Bookmark not defined.
BAB VI	Error! Bookmark not defined.
6.1	Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
6.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
6.2.1	Akademis	Error! Bookmark not defined.
6.2.2.	Praktis.....	Error! Bookmark not defined.
6.2.3.	Sosial	Error! Bookmark not defined.
6.3	Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	: Logo Tabungan Jenius Bank BTPN.....	2
Gambar 1.2.	: Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengenai pertumbuhan perbankan di Indonesia	4
Gambar 1.3.	: Daftar pengguna <i>e-Wallet</i> terbesar di Indonesia.....	6
Gambar 1.4.	: Data statistik aktivitas pencarian <i>brand</i> masyarakat Indonesia 2020	5
Gambar 1.5.	: Kronologi dan klarifikasi pembobolan akun Jenius <i>Influencer</i> Wisnu Kumoro.	12
Gambar 1.6.	: Korban lain yang menanggapi cerita Wisnu Kumoro mengenai pembobolan akun Jenius	12

Gambar 1.7. : Utas pemilik akun Twitter @adihanif92 mengenai pembobolan deposit Jenius dan balasannya	13
Gambar 1.8. : Data statistik pengguna internet dan media sosial di Indonesia 2020	15
Gambar 1.9. : Data statistik perilaku penggunaan media sosial di Indonesia 2020	16
Gambar 1.10. : Comntoh pemanfaatan <i>Ambient Media</i>	43
Gambar 1.11. : Proses pemanggilan inovasi	54
Gambar 1.12. : Model proses pengambilan keputusan inovasi	59
Gambar 1.13. : Kerangka penelitian.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. : Data penambahan pengguna aplikasi Jenius.....	5
Tabel 1.2. : Indikator Penelitian Variabel <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> ..	89
Tabel 1.3. : Indikator Penelitian Variabel <i>e-Desain Aplikasi</i>	89
Tabel 1.4. : Indikator Penelitian Variabel <i>e-Relative Advantage</i>	89
Tabel 1.5. : Indikator Penelitian Variabel <i>e-Trust</i>	90
Tabel 1.6. : Indikator Penelitian Variabel <i>e-Repurchase</i>	90
Tabel 3.1. : Usia Responden Penelitian.....	114
Tabel 4.1. : Nilai AVE Awal Penelitian	232

Tabel 4.2. : Nilai Pengolahan AVE Kedua.....	233
Tabel 4.3. : Nilai Pengolahan AVE Ketiga	234
Tabel 4.4. : Nilai Pengolahan AVE Keempat.....	235
Tabel 4.5. : Nilai Pengolahan <i>Fornell-Larker Criterion</i>	236
Tabel 4.6. : Nilai Pengolahan <i>Cross Loading</i>	236
Tabel 4.7. : Nilai Pengolahan <i>Composite Reliability</i>	238
Tabel 4.8. : Nilai pengolahan R-Square	239
Tabel 4.9. : Nilai <i>Path Coefficients</i> Hipotesis	240
Tabel 4.10. : Nilai <i>Specific Indirect Effects</i> Hipotesis	241

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Instrumen Kuesioner Penelitian	284
Lampiran II : Data Responden	293
Lampiran III : Data Skor Responden	298
Lampiran IV : Model Pengukuran / <i>Measurement Model</i> (PLS Algorithm) Awal	301
Lampiran V : Model Pengukuran / <i>Measurement Model</i> (PLS Algorithm) Kedua	305
Lampiran VI : Model Pengukuran / <i>Measurement Model</i> (PLS Algorithm) Ketiga	307

Lampiran VII : Model Pengukuran / <i>Measurement Model</i> (PLS Algorithm) Terakhir	311
Lampiran VIII : <i>Inner Model (Bootstrapping)</i>	316