

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK
PRESTISE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PERSEPSI
MASSTIGE SHOPEEPAY**

Proposal Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
(S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Eknomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Diajukan Oleh :

Sekartaji Putri Andhini

NPM: 210326143

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK PRESTISE DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP PERSEPSI MASSTIGE SHOPEEPAY**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun oleh :

SEKARTAJI PUTRI ANDHINI

210326143

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.

10 Juni 2025

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK PRESTISE DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP PERSEPSI MASSTIGE SHOPEEPAY

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Sekartaji Putri Andhini

NPM : 210326143

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji Pada

tanggal 4 Juli 2025

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Anggota Panitia Penguji



Drs. C. Harot Priyogutomo, MBA.



Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.

Yogyakarta, 21 Juli 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sekartaji Putri Andhini

NPM : 210326143

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek Prestise Dan Persepsi Harga Terhadap ShopeePay

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 10 Juni 2025

Saya yang menyatakan



Sekartaji Putri Andhini

KATA PENGANTAR

Penulis ingin menyampaikan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, khususnya kepada Yesus Kristus, Bunda Maria, dan Keluarga Kudus Yesus, Maria, serta Santo Yosef. Berkat penyertaan, perlindungan, dan bimbingan Ilahi dari awal hingga akhir, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

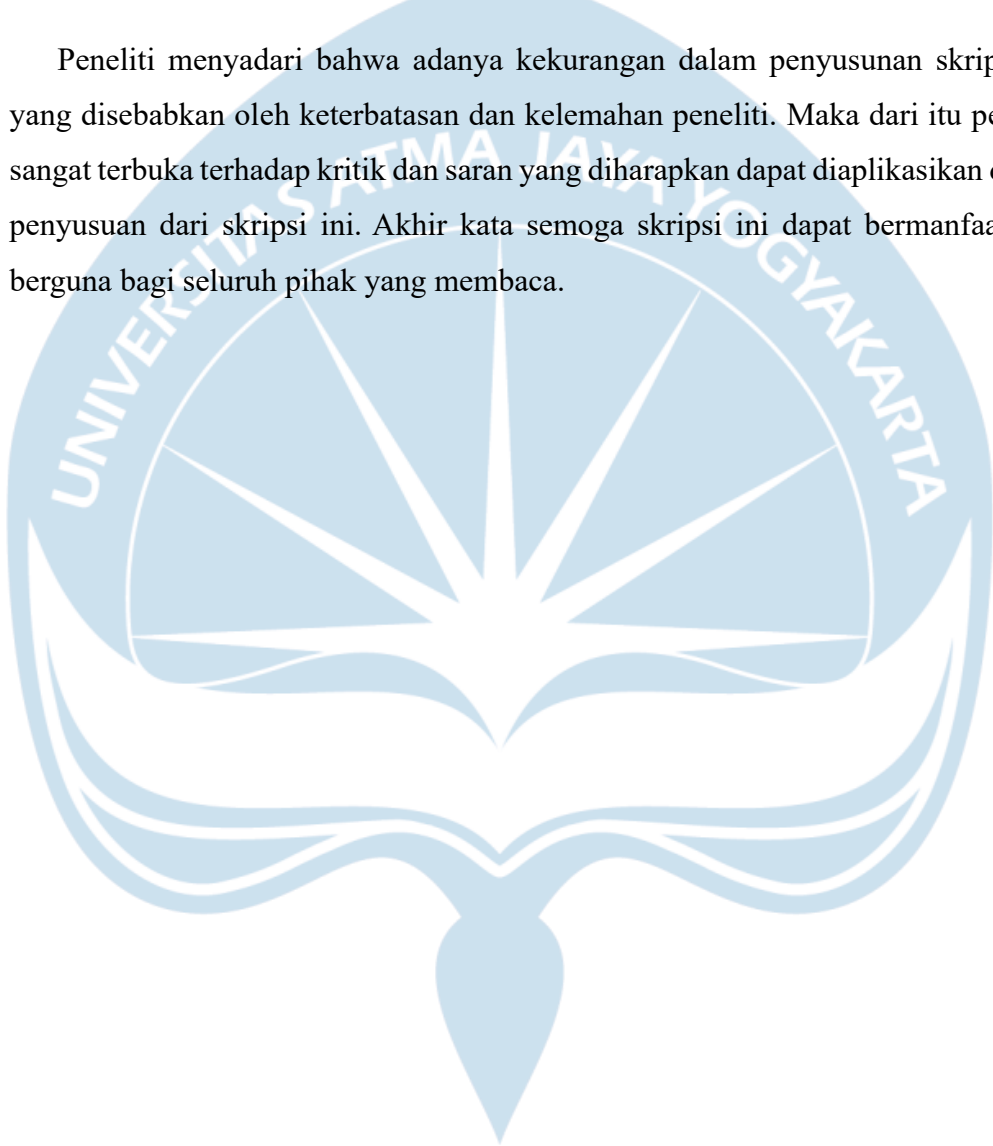
Tak lupa, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini. Tanpa bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak, tentu proses ini tidak akan berjalan semudah dan selancar ini. Ucapan terima kasih selengkapnya akan disampaikan berikut ini.

1. Bapak Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc. sebagai dosen pembimbing yang telah sangat membantu dalam memberikan bantuan, pemahaman serta arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis dari awal semester hingga akhir.
3. Keluarga peneliti yakni kedua orangtua peneliti kakak Dava dan kakak Alin yang selalu memberikan dukungan baik dalam doa dan materi yang memungkinkan peneliti dapat melangsungkan kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Orvin Theo Saputra yang senantiasa memberikan dukungan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan, baik dari Program Studi Manajemen maupun luar program studi, yang selalu memberikan semangat, berbagi cerita, dan

tidak segan saling membantu. Kehadiran kalian sungguh menjadi penguat dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh peneliti yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini yang disebabkan oleh keterbatasan dan kelemahan peneliti. Maka dari itu peneliti sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang diharapkan dapat diaplikasikan dalam penyusunan dari skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi seluruh pihak yang membaca.



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK
PRESTISE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PERSEPSI
MASSTIGE SHOPEEPAY**

Disusun Oleh :

Sekartaji Putri Andhini

NPM: 210326143

Pembimbing :

Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43, Yogyakarta

ABSTRAK

ShopeePay telah menjadi simbol perubahan dalam sistem pembayaran digital di Indonesia. Pendekatan *masstige* yang fokus pada kualitas layanan, citra merek *prestise*, dan persepsi harga. Tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, citra merek *prestise*, persepsi harga terhadap persepsi *masstige* ShopeePay. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori melalui metode *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* dan regresi logistik. Sampel pada penelitian ini kalangan masyarakat yang berdomisili di Indonesia termasuk Yogyakarta yang menggunakan aplikasi ShopeePay. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap

persepsi *masstige*. Citra merek *prestise* berpengaruh signifikan terhadap persepsi *masstige*. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap persepsi *masstige*.

Kata Kunci : ShopeePay, Kualitas Layanan, Citra Merek *Prestise*, Persepsi Harga dan Persepsi *Masstige*



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Batasan Penelitian	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Teori Kualitas Layanan.....	9
2.1.2. Teori Citra Merek	10
2.1.3. Teori Persepsi Harga dan Nilai	11
2.1.4. Teori Konsumsi Mencolok (<i>Conspicuous Consumption Theory</i>)	12
2.1.5. Teori Masstige (<i>Mass Prestige Theory</i>).....	13
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	17

2.3.1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Persepsi <i>Masstige</i>	17
2.3.2. Pengaruh Citra Merek <i>Prestise</i> Terhadap Persepsi <i>Masstige</i>	18
2.3.3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Persepsi <i>Masstige</i>	19
2.4. Kerangka Penelitian.....	20
BAB III.....	21
METODELOGI PENELITIAN.....	21
3.1. Desain Penelitian	21
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	22
3.3. Populasi dan Sampel	23
3.3.1. Populasi Penelitian	23
3.3.2. Sampel Penelitian	23
3.4. Metode Pengumpulan Data	24
3.5. Definisi Operasional	25
3.6. Teknik Pengujian Instrumen.....	27
3.6.1. Uji Validitas	28
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	29
3.7. Analisis Data	30
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	30
3.7.2. Uji Hipotesis	31
3.7.2.1. Uji Regresi Linier Sederhana	31
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Pendahuluan	32
4.2. Analisis Statistik Deskriptif Responden	32
4.2.1. Karakteristik Responden	33

4.2.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.2.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
4.2.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	35
4.2.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	36
4.2.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Banyak Pengguna E-wallet ShopeePay	37
4.2.2. Analisis Statistik Deskriptif	38
4.3. Hasil Uji Instrumen	39
4.3.1. Uji Validitas Data	39
4.3.2. Uji Reliabilitas	41
4.3.3. Uji Hipotesis	42
4.3.3.1 Uji Hipotesis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Persepsi <i>Masstige</i>	42
4.3.3.2 Uji Hipotesis Pengaruh Citra Merek <i>Prestise</i> Terhadap Persepsi <i>Masstige</i>	44
4.3.3.3 Uji Hipotesis Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Persepsi <i>Masstige</i>	46
4.4. Pembahasan	47
4.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Persepsi <i>Masstige</i>	47
4.4.2 Pengaruh Citra Merek <i>Prestise</i> Terhadap Persepsi <i>Masstige</i>	49
4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Persepsi <i>Mastige</i>	51
BAB V	54
PENUTUP DAN KESIMPULAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Implikasi Manjerial	55
5.3 Keterbatasan Penelitian	57
5.4 Saran Penelitian Kedepan	57

DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	66



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	26
Tabel 3. 2 Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir...	35
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	36
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Banyak Pengguna ShopeePay	37
Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	38
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Persepsi Masstige	42
Tabel 4. 10 Hasil Uji R Square Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Persepsi Masstige	43
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Citra Merek Prestise Terhadap Persepsi Masstige	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji R Square Pengaruh Citra Merek Prestise Terhadap Persepsi Masstige	45
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Persepsi Masstige	46
Tabel 4. 14 Hasil Uji R Square Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Persepsi Masstige	47
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Laporan Populix Tahun 2023	2
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian (Kualitas Layanan, Citra Merek Prestise, Persepsi Harga, Persepsi Masstige)	20



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	66
Lampiran 2 Kuesioner Daring	70
Lampiran 3 Kuesioner Jurnal Utama	79
Lampiran 4 Data Responden dan Jawaban Kuisisioner	80
Lampiran 5 Jurnal Rujukan Utama.....	93

