UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Loyalitas Pengguna GoPay: Peran Kesadaran Nilai dalam Advokasi dan Pangsa Pengeluaran**
Dewi Noormalynda Agussaputri, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... iv
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... vi
DAFTAR ISI ..... vii
DAFTAR TABEL ..... x
DAFTAR GAMBAR ..... xi
DAFTAR LAMPIRAN ..... xii
INTISARI ..... xiii
ABSTRACT ..... xiv
BAB I PENDAHULUAN ..... 1
1.1 Latar Belakang ..... 1
1.1.1 Latar Belakang Praktis ..... 1
1.1.2 Latar Belakang Teoritis ..... 5
1.1.3 Tinjauan Konsumen ..... 10
1.2 Rumusan Masalah ..... 11
1.3 Pertanyaan Riset ..... 14
1.4 Tujuan Riset ..... 15
1.5 Lingkup Riset ..... 15
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..... 17
2.1 Landasan Teori ..... 17
2.1.1 Teori Loyalitas Konsumen ..... 17
2.1.2 Loyalitas Kognitif ..... 19
2.1.3 Loyalitas Afektif ..... 21
2.1.4 Loyalitas Konatif ..... 22
2.1.5 Loyalitas Tindakan ..... 24
2.1.6 Advokasi ..... 25
2.1.7 Pangsa Pengeluaran ..... 26
2.1.8 Kesadaran Nilai ..... 28
2.2 Pengaruh Loyalitas Kognitif, Afektif, Konatif, dan Tindakan pada Advokasi ..... 29
2.3 Kontribusi Bertahap Tingkatan Loyalitas dalam Menjelaskan Advokasi… ..... 31

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Loyalitas Pengguna GoPay: Peran Kesadaran Nilai dalam Advokasi dan Pangsa Pengeluaran**
Dewi Noormalynda Agussaputri, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

2.4 Pengaruh Loyalitas Kognitif, Afektif, Konatif, dan Tindakan pada Pangsa Pengeluaran ..... 33
2.5 Kontribusi Bertahap Tingkatan Loyalitas dalam Menjelaskan Pangsa Pengeluaran ..... 36
2.6 Pengaruh Loyalitas Kognitif, Afektif, dan Konatif pada Advokasi Dimoderasi oleh Kesadaran Nilai ..... 38
2.7 Pengaruh Loyalitas Tindakan pada Advokasi Dimoderasi oleh Kesadaran Nilai…. ..... 40
2.8 Pengaruh Loyalitas Kognitif, Afektif, dan Konatif pada Pangsa Pengeluaran Dimoderasi oleh Kesadaran Nilai ..... 42
2.9 Pengaruh Loyalitas Tindakan pada Pangsa Pengeluaran Dimoderasi oleh Kesadaran Nilai ..... 44
2.10 Model Penelitian ..... 46
BAB III METODE RISET ..... 50
3.1 Pendekatan Riset ..... 50
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran ..... 51
3.2.1 Loyalitas Kognitif ..... 52
3.2.2 Loyalitas Afektif ..... 52
3.2.3 Loyalitas Konatif ..... 53
3.2.4 Loyalitas Tindakan ..... 54
3.2.5 Advokasi ..... 55
3.2.6 Pangsa Pengeluaran ..... 55
3.2.7 Kesadaran Nilai ..... 56
3.3 Desain Pengambilan Sampel ..... 57
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel ..... 57
3.3.2 Populasi ..... 58
3.3.3 Unit Sampel ..... 58
3.3.4 Ukuran Sampel ..... 59
3.3.5 Daerah Sebaran Kuesioner ..... 59
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner ..... 59
3.5 Profil Responden ..... 60
3.6 Objek Riset ..... 62
3.7 Metode Pengumpulan Data ..... 65
3.8 Instrumen Riset ..... 66
3.9 Metode Analisis Data ..... 67
3.9.1 Analisis Data Berbasis Metode SEM PLS ..... 68

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Loyalitas Pengguna GoPay: Peran Kesadaran Nilai dalam Advokasi dan Pangsa Pengeluaran**
Dewi Noormalynda Agussaputri, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

3.9.2 Analisis Data Berbasis Metode HMR ..... 73
BAB IV ANALISIS DATA ..... 76
4.1 Kualitas Data Penelitian ..... 76
4.1.1 Statistik Deskriptif ..... 76
4.1.2 Matriks Korelasi ..... 78
4.2 Protokol Pengujian Hipotesis ..... 81
4.3 Analisis Data Berbasis Metode SEM PLS ..... 82
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) ..... 82
4.3.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) ..... 86
4.3.3 Model Fit (SRMR dan NFI) ..... 88
4.3.4 Koefisien Jalur ..... 89
4.3.5 Pengujian Hipotesis Berbasis Metode SEM PLS ..... 91
4.3.6 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Berbasis Metode SEM PLS ..... 111
4.4 Analisis Data Berbasis Metode HMR ..... 114
4.4.1 Uji Asumsi Normalitas Data ..... 114
4.4.2 Goodness of Fit (F-statistic dan t-statistic) ..... 115
4.4.3 HMR ..... 116
4.4.4 Pengujian Hipotesis Berbasis Metode HMR ..... 117
4.4.5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Berbasis Metode HMR ..... 125
BAB V KESIMPULAN ..... 127
5.1 Kesimpulan ..... 127
5.2 Implikasi Manajerial ..... 130
5.3 Keterbatasan Riset ..... 134
5.4 Arahan Riset Mendatang ..... 134
DAFTAR PUSTAKA ..... 135
LAMPIRAN ..... 137