

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kelancaran dan berkat yang telah diberikan-Nya sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan. Tanpa izin, kasih sayang, dan kemurahan-Nya, serta rahmat yang tidak terbatas, penulis tidak akan menyelesaikan tugas akhir ini.

Skripsi dengan judul **“DAMPAK DIMENSI *E-SERVICE QUALITY* OVO TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DI MASA PANDEMI MELALUI INTERAKSI *CUSTOMER SATISFACTION*”** telah diselesaikan guna memenuhi persyaratan akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Manajemen. Selain itu, tugas akhir ini juga untuk memfasilitasi proses pembelajaran dan perluasan wawasan pengetahuan bagi mahasiswa.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas pembimbing saya yaitu, Ibu Dr. Margaretha Pink Berlianto, S.E., M.M., Ak., CA. yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing tugas akhir ini. Ilmu yang dibagikan kepada saya sangat bermanfaat dalam proses pembuatan tugas akhir ini. Mustahil bagi penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tanpa adanya bantuan dan arahan dari beliau.

Penulis juga menyadari tanpa adanya doa, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, tugas akhir ini juga tidak dapat diselesaikan. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

2. Ibu Isana S.c. Meranga, S.P., M.M. selaku Kepala Departemen Manajemen.
3. Bapak Dr. Ir. Evo S. Hariandja, M.M. selaku Kepala Konsentrasi Pemasaran.
4. Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.Si., M.M., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik saya.
5. Seluruh dosen yang telah mendidik saya dengan sabar dan ikhlas selama saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
6. Seluruh staff dan karyawan Business School yang telah membantu saya dalam mengurus administrasi.
7. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada saya serta dukungan secara material sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Mikael, Indra, Theo, dan teman-teman PTL yang selalu memberikan semangat dan dorongan kepada saya untuk dengan segera menyelesaikan tugas akhir ini serta nasihat untuk tidak terlalu stress dalam mengerjakan skripsi.
9. Para majikan saya di perkuliahan: Shella, Dewi, Wanda, Lily, dan Nisa yang selalu bertukar informasi yang penting dan tidak penting, saran, dan selalu ada saat saya sedang membutuhkan pendapat dari mereka.

Terima kasih sudah mau menghabiskan masa-masa perkuliahan bersama saya.

10. Teman satu dosen pembimbing: Chindy, Catriona, dan Sania yang saling mengingatkan dan bertukar pemahaman dalam mengerjakan tugas akhir ini.
11. Semua teman sekelas saya dari Manajemen, FLA, dan Peminatan Pemasaran sejak semester awal hingga semester akhir ini.
12. Kepada Maxxcoffee, Jco, dan Goffee BSD yang sudah menyediakan tempat dan Wifi kepada saya untuk mengerjakan tugas akhir ini.
13. Tak terhitung banyaknya pihak yang telah membantu saya dalam mengerjakan tugas akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pembaca serta ketersediaannya untuk memberikan kritik dan saran untuk meningkatkan kualitas penelitian ini. Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pelaku pemasar, pembaca, dan semua pihak yang membacanya.

Tangerang, 4 Mei 2021

Penulis,



Mertavian Pradmaditya Tanaji

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Masalah Penelitian .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Rumusan Masalah .....	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	11

1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
2.1 E-Service quality .....	13
2.2 Reliability .....	16
2.3 Privacy & Security.....	17
2.4 Website / App Design.....	18
2.5 Customer Service and Support .....	21
2.6 Customer satisfaction .....	24
2.7 Customer Loyalty .....	25
2.8 Keterkaitan Antar Variabel .....	27
2.8.1 Reliability dan Customer Loyalty .....	27
2.8.2 Privacy & Security dan Customer Loyalty .....	28
2.8.3 Website Design dan Customer Loyalty .....	29
2.8.4 Customer Service dan Customer Loyalty .....	30
2.8.5 Reliability dan Customer satisfaction .....	31
2.8.6 Privacy and Security dan Customer satisfaction.....	33
2.8.7 Customer Service dan Customer satisfaction .....	34
2.8.8 Website Design dan Customer satisfaction .....	35
2.8.9 Customer satisfaction dan Customer Loyalty .....	36

2.9 Model Penelitian .....	37
<b>BAB III .....</b>	<b>38</b>
3.2 Unit Analisis .....	39
3.3. Jenis Penelitian .....	40
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional .....	41
3.5 Pengukuran Skala .....	45
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	48
3.7 Populasi dan Sampel .....	51
3.8 Sampling .....	51
3.9 Ukuran Sample .....	54
3.10 Metode Dalam Analisis Data .....	55
3.11 Validitas .....	57
3.12 Reliabilitas .....	57
3.13 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	58
3.14 Partial Least Square (PLS) .....	60
3.15 <i>Preliminary Test</i> .....	62
3.15.1 Validity Pre-Test Result .....	62
3.15.1.1 Convergent Validity Pre-Test .....	63
3.15.2.1 Reliability Pre-test Result .....	68
<b>BAB IV .....</b>	<b>70</b>

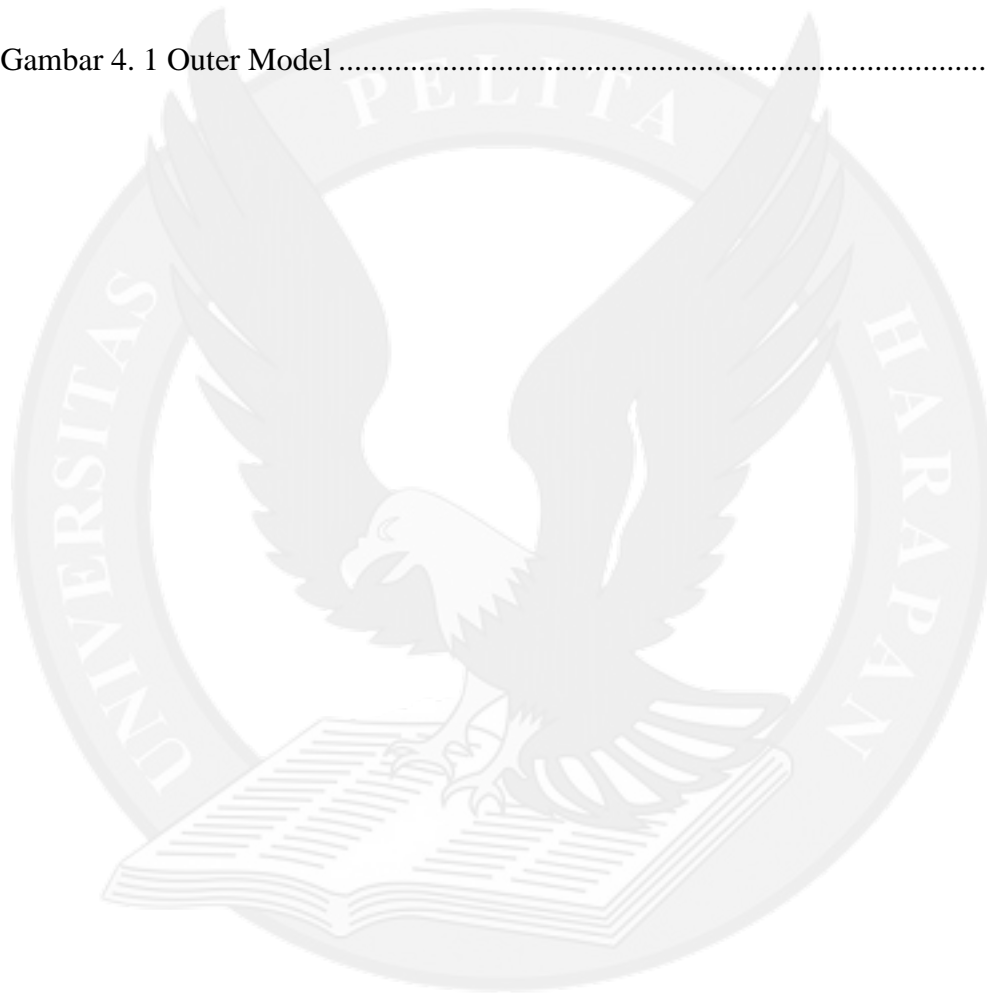
4.1 Profil Penelitian .....	70
4.2 Statistik Deskriptif .....	74
4.2.1 <i>Reliability</i> .....	75
4.2.2 <i>Privacy and Security</i> .....	77
4.2.3 <i>Website and Design</i> .....	78
4.2.4 Customer Service and Support .....	79
4.2.5 <i>Customer Satisfaction</i> .....	80
4.2.6 <i>Customer Loyalty</i> .....	81
4.3 Statistik Inferensial .....	82
4.3.1 Validitas Konvergen - Uji Aktual (I) .....	82
4.3.2 Validitas Diskriminan – Uji aktual (I) .....	84
4.3.3 Validitas Konvergen – Uji Aktual (II) .....	86
4.3.4 Validitas Diskriminan – Uji Aktual (II) .....	87
4.3.5 Common Method Bias – Uji Aktual (II) .....	89
4.3.6 Reliability Results .....	91
4.3.7 Outer Model .....	93
4.3.8 R-Square dan Q-Square .....	93
4.3.9 Goodness of Fit .....	95
4.3.10 Hypotesis Testing .....	96
4.4 Pembahasan .....	105

4.4.1 Pembahasan Hipotesis 1 .....	107
4.4.2 Pembahasan Hipotesis 2 .....	108
4.4.3 Pembahasan Hipotesis 3 .....	109
4.4.4 Pembahasan Hipotesis 4 .....	110
4.4.5 Pembahasan Hipotesis 5 .....	111
4.4.6 Pembahasan Hipotesis 6 .....	111
4.4.7 Pembahasan Hipotesis 7 .....	112
4.4.8 Pembahasan Hipotesis 8 .....	113
4.4.9 Pembahasan Hipotesis 9 .....	113
<b>BAB V</b> .....	<b>115</b>
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Implikasi Teoritis .....	118
5.3 Implikasi Manajerial.....	118
5.4 Batasan Penelitian .....	122
5.5 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>124</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Mobile Payment di Indonesia.....	4
Gambar 2. 1 Model penelitian.....	37
Gambar 4. 1 Outer Model .....	93



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Service quality dimensions .....	15
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasional .....	41
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	45
Tabel 3. 3 Skala peringkat.....	47
Tabel 3. 4 rule of thumbs .....	61
Tabel 3. 5 Factor Loading > 0.70 untuk preliminary test.....	63
Tabel 3. 6 Factor loading > 0.70 untuk preliminary test.....	64
Tabel 3. 7 Factor loading > 0.70 untuk preliminary test.....	64
Tabel 3. 8 Factor loading > 0.70 untuk preliminary test.....	65
Tabel 3. 9 Factor loading > 0.70 untuk preliminary test.....	65
Tabel 3. 10 Factor loading > 0.70 untuk preliminary test.....	66
Tabel 3. 11 AVE untuk preliminary test .....	66
Tabel 3. 12 Discriminant Validity untuk Hasil Pre-Test .....	68
Tabel 3. 13 Composite Reliability > 0.70 untuk preliminary test.....	69
Tabel 4. 1 Presentase Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4. 2 Presentase Berdsarkan Kelompok Usia .....	71
Tabel 4. 3 Presentase Berdasarkan Profesi .....	72
Tabel 4. 4 Presentase Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	73
Tabel 4. 5 Presentase Berdasarkan Frekuensi Menggunakan OVO .....	74
Tabel 4. 6 Nilai rentang dan kategori.....	75

Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif <i>Reliability</i> .....	75
Tabel 4. 8 Tabel Statistik Deskriptif <i>Privacy and Security</i> .....	77
Tabel 4. 9 Tabel Statistik Deskriptif <i>Website and Design</i> .....	78
Tabel 4. 10 Tabel Statistik Deskriptif <i>Customer Service and Support</i> .....	79
Tabel 4. 11 Tabel Statistik Deskriptif Customer Satisfaction.....	80
Tabel 4. 12 Tabel Statistik Deskriptif Customer Loyalty .....	81
Tabel 4. 13 Factor Loading >0.70 untuk Uji Aktual (I).....	83
Tabel 4. 14 AVE untuk Uji Aktual tahap (I).....	84
Tabel 4. 15 Cross Loading >0.70 untuk Uji Aktual (I).....	85
Tabel 4. 16 Heterotrait-Monotrait (HTMT) Uji Aktual (I).....	86
Tabel 4. 17 Factor Loading >0.70 untuk Uji Aktual (II) .....	86
Tabel 4. 18 AVE untuk Uji Aktual (II).....	87
Tabel 4. 19 Cross Loading >0.70 untuk Uji Aktual (II) .....	87
Tabel 4. 20 Heterotrait-Monotrait (HTMT) <0.85 Uji Aktual (II) .....	88
Tabel 4. 21 Outer VIF .....	89
Tabel 4. 22 Inner Values Uji Aktual (II).....	90
Tabel 4. 23 Composite Reliability >0.70 Uji Aktual (II).....	92
Tabel 4. 24 Nilai R <sup>2</sup> .....	94
Tabel 4. 25 Nilai Q <sup>2</sup> .....	94
Tabel 4. 26 Goodness of Fit .....	95
Tabel 4. 27 Uji Hipotesis Bootstrapping.....	96

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A .....	A-1
LAMPIRAN B .....	B-1
LAMPIRAN C .....	C-1
LAMPIRAN D .....	D-1
LAMPIRAN E .....	E-1

