

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu senantiasa memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M, selaku *executive director* UPH Surabaya dan dosen pengajar yang telah membantu saya dalam banyak hal selama saya berkuliah di UPH Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku Kepala Jurusan Manajemen UPH Surabaya, dosen pengajar, dan dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada saya dalam penyelesaian penelitian ini.
3. Ibu Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan perhatian yang begitu besar, tenaga, kesabaran, kasih sayang serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
4. Bapak Hananiel M. Gunawan, BA. MBA selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. Bapak Dr. William Santoso, S.E, M.Ak,CDM. selaku pembimbing akademik yang telah membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya.
6. Keluarga saya, Ayah, Ibu, dan Adik yang senantiasa mendoakan setiap hari dan selalu memberikan dukungan kepada saya tiada henti.
7. Teman-teman dan sahabat terbaik saya, Yemima Octavia, Margareta Sheila, Averia Lana, Maria Chrysilla, dan Derika Ciawi yang sudah membantu banyak hal dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.
8. Teman seperjuangan saya yang selalu tidur larut malam berjuang mengerjakan skripsi, Gre, Rani, Priza, Rio, dan Nadya. Terima kasih banyak *guys!*
9. Pacar saya, Andre Dwi Haryanto yang senantiasa selalu memberikan dukungan semangat kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Grup-grup sosial media, TA 2021, Sobat Toubat, *Honda Matic Comunity*, UPH 2018A, IBM 2018, dan lain-lain yang telah membantu dalam memberikan semangat dan informasi penting yang berhubungan dengan penelitian ini.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 27 September 2021

Irine Indah Puspita Dewi

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	i
IDENTITAS TIM PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRAC.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	13
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penulisan.....	14
1.5 Manfaat Penulisan.....	15
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	17
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.1.3 <i>Site Organization</i>	20
2.1.4 <i>Reliability</i>	22
2.1.5 <i>Responsiveness</i>	23

2.1.6	<i>User Friendliness</i>	25
2.1.7	<i>Personal Needs</i>	26
2.1.8	<i>Efficiency</i>	28
2.2	Penelitian Terdahulu.....	29
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	31
2.3.1	Pengaruh <i>Site Organization</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.3.2	Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.3.3	Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	32
2.3.4	Pengaruh <i>User Friendliness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.5	Pengaruh <i>Personal Needs</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.6	Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	35
2.3.7	Pengaruh <i>Custmer Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i>	35
2.4	Model Penelitian.....	36
2.5	Bagan Alur Berpikir.....	36
BAB III.....		39
METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1	Populasi.....	40
3.2.2	Sampel.....	41
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	41
3.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	42
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.4.1	Definisi Operasional.....	44
3.4.2	Pengukuran Variabel.....	45
3.5	Metode Analisi Data.....	45
BAB IV.....		55
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Gambaran Umum OVO.....	55
4.2	Analisis Data.....	56

4.2.1.1 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Reponden terhadap Variabel <i>Site Organization</i>	60
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Reponden terhadap Variabel <i>Reliabilty</i>	61
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Reponden terhadap Variabel <i>Responsiveness</i>	63
4.2.1.4 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Reponden terhadap Variabel <i>User Friendliness</i>	65
4.2.1.5 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Reponden terhadap Variabel <i>Personal Needs</i>	67
4.2.1.6 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Reponden terhadap Variabel <i>Efficiency</i>	68
4.2.1.7 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Reponden terhadap Variabel <i>Satisfaction</i>	70
4.2.1.8 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Reponden terhadap Variabel <i>Loyalty</i>	72
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	74
4.2.2.1 Uji Validitas.....	74
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	75
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas.....	75
4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik Rergesi Heterokedastisitas.....	77
4.2.2.5 Uji Asumsi Klasik Rergesi Linearitas.....	79
4.2.2.6 Uji Asumsi Klasik Rergesi Multikolinearitas.....	80
4.2.3 Analisis Regresi Linearitas Berganda.....	81
4.2.3.1 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Site Organzation, Reliability, Responsiveness, User Friendliness, Personal Needs, Efficiency terhadap Satisfaction</i>	81
4.2.3.2 Analisis Regresi Berganda Pengaruh terhadap <i>Loyalty</i>	84
4.3 Pengujian Hipotesis.....	86
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1).....	87
4.3.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	87

4.3.3.	Pengujian Hipotesis 3 (H3).....	88
4.3.4	Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	89
4.3.5	Pengujian Hipotesis 5 (H5).....	89
4.3.6	Pengujian Hipotesis 6 (H6).....	90
4.3.7	Pengujian Hipotesis 7 (H7).....	91
4.4	Pembahasan.....	91
BAB V.....		116
KESIMPULAN.....		116
5.1	Simpulan.....	116
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis.....	116
5.1.1.1	Pengaruh <i>Site Organization</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	117
5.1.1.2	Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	118
5.1.1.3	Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	119
5.1.1.4	Pengaruh <i>User Friendliness</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	120
5.1.1.5	Pengaruh <i>Personal Needs</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	121
5.1.1.6	Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	122
5.1.1.7	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i>	123
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	123
5.2	Implikasi.....	124
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	124
5.2.2	Implikasi Manajerial.....	126
5.3	Rekomendasi.....	126
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistik Akses Internet Di Dunia Berdasarkan Negara Tahun 2020..1	1
Gambar 1. 2 Statistik Pertumbuhan Internet Di Dunia Berdasarkan Negara Tahun 2020.....2	2
Gambar 1. 3 Statistik Transaksi Uang Elektronik Di Dunia Berdasarkan Negara Tahun 2019	3
Gambar 1. 4 Statistik Perilaku Milenial Dalam Transaksi Non Tunai Tahun 2019.....4	4
Gambar 1. 5 Logo OVO.....5	5
Gambar 1. 6 Perbandingan E-Wallet Tahun 2019	6
Gambar 1. 7 Tampilan Rating pada Playstore	8
Gambar 1. 8 Tampilan Aplikasi OVO	9
Gambar 1. 9 Kebijakan Privasi pada Aplikasi OVO	10
Gambar 1. 10 Layanan Booth OVO.....10	10
Gambar 1. 11 Scan Barcode pada Aplikasi OVO	11
Gambar 1. 12 Notifikasi pada Aplikasi OVO	12
Gambar 1. 13 Tempat Pencarian Merchant pada Aplikasi OVO.....12	12
Gambar 2. 2 Model Penelitian Terdahulu.....36	36
Gambar 2. 3 Model Penelitian	36
Gambar 4.1 Logo OVO.....56	56
Gambar 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	56
Gambar 4.3 Karakteristik Usia Responden.....58	58
Gambar 4.4 ScatterPlot Uji Normalitas SO, REL, RES, USER, PN, EF *SAT.76	76
Gambar 4.5 ScatterPlot Uji Normalitas SAT * LOY	77
Gambar 4.6 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas SO, REL, RES, USER, PN, EF *SAT.....78	78
Gambar 4.7 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas SAT * LOY	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ovo vs Gopay vs Dana	7
Tabel 3. 1 Linkert Scale Point.....	42
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	43
Tabel 3. 3 Rules of Thumb Koefisien Korelasi	52
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	57
Tabel 4. 3 Deskripsi <i>Mean Rating Index</i>	59
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Site Organization</i>	59
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Reliability</i>	61
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Responsiveness</i>	63
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>User Friendliness</i>	65
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Personal Needs</i>	67
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Efficiency</i>	69
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Satisfaction</i>	70
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Loyalty</i>	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Instrumen	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji Asumsi Klasik	76
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas	77
Tabel 4. 16 Hasil Uji Linearitas	79
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas	80

Tabel 4. 18 <i>Regresi Berganda Pengaruh Site Organization (SO), Reliability (REL), Responsiveness (RES), User Friendliness (USER), Personal Needs (PN), dan Efficiency (EF) terhadap Satisfaction (SAT)</i>	81
Tabel 4. 19 <i>Regresi Sederhana Pengaruh Satisfaction (SAT) terhadap Loyalty (LOY)</i>	84
Tabel 4. 20 Rangkuman Hasil Hipotesis.....	86
Tabel 4. 21 Indikator yang membentuk <i>Site Organization</i>	95
Tabel 4. 22 Indikator yang membentuk <i>Reliability</i>	97
Tabel 4. 23 Indikator yang membentuk <i>Responsiveness</i>	100
Tabel 4. 24 Indikator yang membentuk <i>User Friendliness</i>	102
Tabel 4. 25 Indikator yang membentuk <i>Personal Needs</i>	105
Tabel 4. 26 Indikator yang membentuk <i>Efficiency</i>	107
Tabel 4. 27 Indikator yang membentuk <i>Satisfaction</i>	109
Tabel 4. 28 Indikator yang membentuk <i>Loyalty</i>	111
Tabel 5 Implikasi Teori.....	122
Tabel 5. 1 Implikasi Manajerial	131
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial (lanj)	132
Tabel 5. 3 Implikasi Manajerial (lanj).....	133

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER PENELITIAN.....	A-1
LAMPIRAN B : LAMPIRAN TABULASI.....	B-1
LAMPIRAN C : LAMPIRAN HASIL UJI DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D : LAMPIRAN HASIL TURNITIN.....	D-1

