

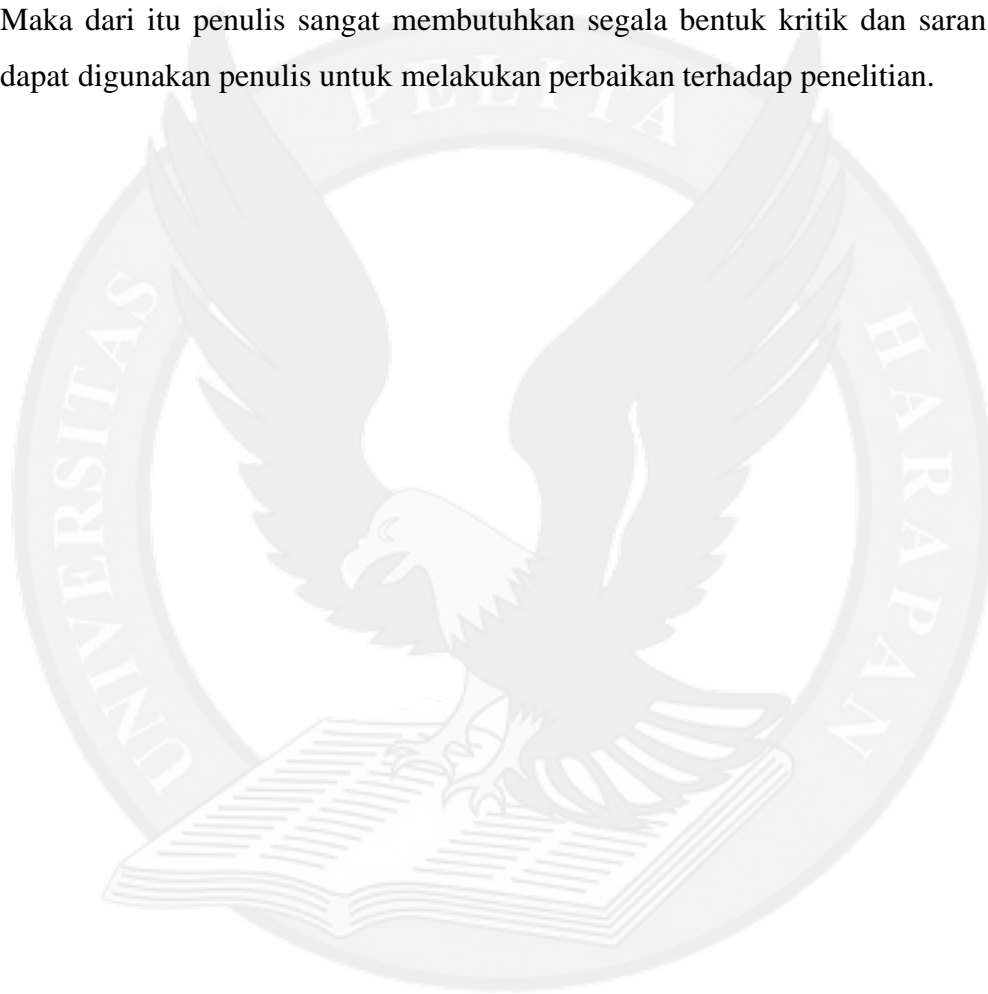
## KATA PENGANTAR

Segala bentuk puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir untuk memenuhi persyaratan akademik dalam mengejar gelar studi Srata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dengan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH RELIABILITY, *PRIVACY AND SECURITY*, DESIGN, DAN *CUSTOMER SERVICE AND SUPPORT*, TERHADAP *E-SATISFACTION*, DAN *E-LOYALTY* PADA PENGGUNA OVO DI SURABAYA”. Kemudian penulis meyakini bahwa dengan adanya dukungan dari banyak pihak terhadap proses penyelesaian penelitian ini, menyebabkan tugas akhir pemenuhan persyaratan akademik dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak atas bantuan yang telah diberikan. Dan ucapan terimakasih yang penulis ingin sampaikan secara khusus ditujukan kepada:

1. Orang tua saya, Fredi hingggo sugiarto dan Ana wisdyawati, serta keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan dan doa setiap harinya dalam proses penyelesaian penelitian ini.
2. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku Executive Director dan Associate Dean serta dosen pembimbing pertama yang telah membantu saya dalam proses penyelesaian penelitian dengan tepat waktu.
3. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, selaku kepala program studi manajemen yang telah memberikan bantuan terhadap segala bentuk permasalahan akademik maupun non-akademik selama perkuliahan yang telah saya lewati serta dosen pembimbing kedua yang telah membantu saya dalam proses penyelesaian penelitian dengan arahan dan masukan yang baik.
4. Bapak Hananiel Mennoverdi Gunawan, BA, MBA, selaku dosen perwakilan akademik yang telah memberikan berbagai bentuk dukungan terhadap saya.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Manajemen yang turut memberikan dukungan dan semangat selama proses perkuliahan di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

6. Seluruh kerabat dan teman-teman perkuliahan yang selalu meluangkan waktu untuk membantu penyelesaian penelitian ini.

Atas segala bentuk dukungan dari berbagai pihak, hanya kuasa Tuhan Yang Maha Esa yang dapat membalas semua bentuk kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Dalam proses penyelesaian penelitian, penulis menyadari bahwa dalam penggunaan kata dan penyajian masih memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki. Maka dari itu penulis sangat membutuhkan segala bentuk kritik dan saran yang dapat digunakan penulis untuk melakukan perbaikan terhadap penelitian.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISM.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR..</b> Error! Bookmark not defined.	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	14
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>E-Loyalty</i> .....	18
2.1.2 <i>E-Satisfaction</i> .....	20
2.1.3 <i>E-Service Quality</i> .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	35
2.3.1 Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	35

2.3.2	Pengaruh <i>Privacy &amp; Security</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	35
2.3.3	Pengaruh <i>Design</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	36
2.3.4	Pengaruh <i>Customer Service &amp; Support</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> ...	37
2.3.5	Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	37
2.4	Model Penelitian.....	38
2.5	Bagan Alur Berpikir .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>40</b>
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	40
3.1.1	Jenis Penelitian.....	40
3.1.2	Jenis Data .....	40
3.2	Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1	Populasi .....	41
3.2.2	Sampel.....	41
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	43
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	46
3.5	Metode Analisis Data .....	49
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>56</b>
4.1	Gambaran Umum .....	56
4.1.1	OVO .....	56
4.1.2	Profil Responden.....	56
4.2	Analisis Data .....	62
4.2.1	Tanggapan Responden .....	62
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	72
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data.....	79
4.2.4	Analisis Full <i>Structural Equation Modeling</i> .....	88
4.2.5	Hasil Pengujian Hipotesis .....	89
4.3	Pembahasan .....	92
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>		<b>112</b>
5.1	Simpulan.....	112
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis .....	112
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	114
5.2	Implikasi .....	115

5.2.1	Implikasi Teoritis .....	115
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	116
5.3	Rekomendasi .....	120

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Transaksi Nominal Uang Elektronik Tahun 2020 (triliun rupiah).....	2
Gambar 1.2 Perbandingan Volume Transaksi Dan Nilai Transaksi Per Bulan Dompot Digital Populer .....	4
Gambar 1.3 Hasil Survei Snapcart Tentang penggunaan dompet Digital tahun 2019 .....	5
Gambar 1.4 Bentuk Tampilan Sebelum Melakukan Transaksi Melalui OVO (untuk transaksi BPJS Kesehatan) dan Pelacakan Setiap Transaksi Yang Telah Dilakukan .....	9
Gambar 1.5 Bentuk Tampilan Sebelum Masuk Halaman Utama Aplikasi OVO .....	10
Gambar 1.6 Bentuk Tampilan Halaman Utama Aplikasi OVO .....	11
Gambar 1.7 Bentuk Tampilan Pusat Layanan Bantuan dan Contact Center Aplikasi OVO .....	12
Gambar 2.1 Hasil Penelitian Haq & Awan (2020) .....	33
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	38
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir Penelitian.....	39
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	59
Gambar 4.2 Usia Responden .....	60
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden .....	61
Gambar 4.4 Pendapatan Per Bulan Responden.....	62
Gambar 4.5 Lama Menjadi Nasabah dari Responden.....	63
Gambar 4.6 <i>Confirmatory Factor Analysis Reliability, Privacy &amp; Security, Design, Dan Customer Service &amp; Support</i> .....	85
Gambar 4.7 <i>Confirmatory Factor Analysis E-Satisfaction, Dan E-Loyalty</i> .....	87
Gambar 4.8 <i>Model Stuctrural Equation Model</i> .....	90

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Desain Inti Kuesioner.....	45
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.3	Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> .....	54
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	58
Tabel 4.2	Usia Responden .....	59
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden .....	60
Tabel 4.4	Pendapatan per bulan Responden .....	61
Tabel 4.5	Lama Waktu Menggunakan OVO .....	62
Tabel 4.6	Derajat Penilaian Tanggapan Responden .....	64
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i> .....	64
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Privacy &amp; Security</i> .....	65
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Design</i> .....	67
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Service &amp; Support</i> .....	68
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	70
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	71
Tabel 4.13	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Reliability</i> .....	73
Tabel 4.14	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Privacy &amp; Security</i> .....	74
Tabel 4.15	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Design</i> .....	75
Tabel 4.16	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Service &amp; Support</i> .....	76
Tabel 4.17	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>E-Satisfaction</i> .....	78
Tabel 4.18	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>E-Loyalty</i> .....	79
Tabel 4.19	Hasil Uji Normalitas Data.....	80
Tabel 4.20	Statistik Deskriptif z-score.....	82
Tabel 4.21	Nilai <i>Mahalanobis Distance</i> .....	83
Tabel 4.22	Nilai Factor Loading Konstruk Eksogen .....	85
Tabel 4.23	Nilai Factor Loading Konstruk Endogen.....	87
Tabel 4.24	Hasil Uji Reliabilitas Konstruk .....	88
Tabel 4.25	Indeks Pengujian Kelayakan SEM.....	89
Tabel 4.26	Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Antar Variabel .....	90
Tabel 4.27	Indikator Variabel <i>Reliability</i> .....	99
Tabel 4.28	Indikator Variabel <i>Privacy &amp; Security</i> .....	102
Tabel 4.29	Indikator Variabel <i>Design</i> .....	104
Tabel 4.30	Indikator Variabel <i>Customer Service &amp; Support</i> .....	106
Tabel 4.31	Indikator Variabel <i>E-Satisfaction</i> .....	109
Tabel 4.32	Indikator Variabel <i>E-Loyalty</i> .....	111
Tabel 5.1	Implikasi Teoritis .....	116
Tabel 5.2	Implikasi Manajerial .....	119

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner .....	A-1
Lampiran B Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	B-1
Lampiran C Statistik Deskriptif Profil Responden .....	C-1
Lampiran D Uji Normalitas.....	D-1
Lampiran E Uji Outlier Univariat Dengan Z-Score .....	E-1
Lampiran F Uji Outlier Multivariat Dengan Mahalanobis Distance.....	F-1
Lampiran G Uji CFA Konstruksi Eksogen.....	G-1
Lampiran H Uji CFA Konstruksi Endogen.....	H-1
Lampiran I Perhitungan Construct Reliability Dan Average Variance Extracted (AVE).....	I-1
Lampiran J Hasil SEM.....	J-1
Lampiran K Hasil Turnitin .....	K-1

