

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan penyertaan-Nya dalam menuntun saya dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

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, ST, MM, CSMA, CDM, PMA, selaku *executive director* sertapembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia, SE, RFP-I, MM, CSMA , selaku Ketua Program Studi Manajemenserta pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
3. Ibu Dr. Amelia, SE, RFP-I, MM, CSMA, selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan kepada saya dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan penelitian ini dari awal hingga selesai.
4. Bapak Dr. Ronald, ST, MM, CSMA, CDM, PMA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, dan memberikan masukan- masukan, serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan proses penelitian ini.
5. Ibu Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

6. Dosen penguji dua yang turut membantu saya dalam memberi masukan
7. Kepada saya sendiri, Cinta Kathleen Abigail yang selalu berusaha sampai titik darah penghabisan dalam mengerjakan, menyusun, dan merevisi tugas akhir ini.
8. Boece Indra Watung selaku bapak biologis dan Chislin Pancar Tanjung selaku ibu biologis saya yang tidak hentinya mendoakan saya supaya jadi orang yang lumayan berguna.
9. Sahabat 24/7 saya selama perkuliahan, Ni Made Nova Sinta Dewi, Ni Nyoman Novi Santi Dewi yang sudah selalu membantu saya dalam hal apapun.
10. Serta yang terakhir untuk binatang peliharaan saya yang bernama Nurul yang merupakan seekor berang berang, walaupun tidak memberikan dukungan secara materil namun Nurul telah memberi saya dukungan penuh dalam perihal mental health.

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, 10 Maret 2022

Cinta Kathleen Abigail

DAFTAR ISI

THESIS	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	18
1.1 Latar Belakang Masalah	18
1.2 Batasan Masalah	43
1.3 Rumusan Masalah	44
1.4 Tujuan Penelitian	44
1.5 Manfaat Penelitian	46
1.5.1 Manfaat Penelitian Secara Teoritis	46
1.5.2 Manfaat Penelitian Secara Praktis	46
1.6 Sistematika Penelitian	46
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	48
2.1 Landasan Teori.....	48
2.1.1 Customer Loyalty.....	48
2.1.2 Customer Satisfaction	49
2.1.3 Service Quality.....	50
2.1.4 Perceived Risk.....	51
2.1.5 Social Influence.....	52
2.1.6 Promotion.....	53
2.1.7 Performance Expectancy.....	54
2.1.8 Effort Expectancy.....	55
2.1.9 Facilitating Condition	55

2.2	Penelitian Terdahulu	56
2.3	Pengembangan Hipotesis	58
2.4	Model Penelitian	64
2.5	Badan Alur Berfikir	65
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		66
3.1	Jenis Penelitian Dan Jenis Data.....	66
3.1.1	Jenis Penelitian.....	66
3.1.2	Jenis Data	67
3.2	Populasi dan Sampel.....	67
3.2.1	Populasi.....	67
3.2.2	Sample.....	68
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	69
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	72
3.5	Metode Analisis Data.....	74
3.5.1	Pengolahan Data	74
3.5.2	Pengujian Hipotesis	75
3.5.2.1	Uji Validitas	75
3.5.2.2	Uji Realibilitas	77
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	78
3.5.2.4	Analisis Linier Regresi Sederhana (Simple Regression)	81
3.5.2.5	Analisis Linier Regresi Berganda (Multiple Regression)	82
3.5.2.6	Koefisien Korelasi (R)	84
3.5.2.7	Koefisien Determinasi (R ²)	84
3.5.2.8	Uji F	85
3.5.2.9	Uji T.....	86
BAB IV ANALISIS, DATA, DAN PEMBAHASAN		87
4.1	Gambaran Umum Tiket.com.....	87
4.2	Analisis Data	88
4.2.1	Statistik Deskriptif	88
4.2.1.1	Karakteristik Responden	88
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	89
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
4.2.1.4	Tanggapan Responden	91

4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	101
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap Service Quality	101
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap Perceived Risk	103
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap Social Influence	104
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap Promotion	106
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap Effort Expectancy	109
4.2.2.8	Penjelasan Responden terhadap Customer Satisfaction	111
4.2.2.9	Penjelasan Responden terhadap Customer Loyalty	113
4.2.3	Uji Validitas	115
4.2.4	Uji Reliability	116
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi	117
4.2.5.1	Uji Normalitas	117
4.2.5.2	Uji Multikolinearitas	119
4.2.5.3	Uji Heterokedastisitas	120
4.3.1	Analisis Regresi	122
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda	123
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi	126
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	126
4.3.2.2	Analisis Koefisien Korelasi Berganda	126
4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	126
4.4	Metode Pengujian Hipotesis	127
4.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	127
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	128
4.5	Pembahasan	132
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		151
5.1	Kesimpulan	151
5.1.1	Kesimpulan Atas Hipotesis	152
5.1.1.1	Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction	152
5.1.1.2	Pengaruh Perceived Risk terhadap Customer Satisfaction	153
5.1.1.3	Pengaruh Social Influence terhadap Customer Satisfaction	153
5.1.1.4	Pengaruh Promotion terhadap Customer Satisfaction	154
5.1.1.7	Pengaruh Facilitating Conditions terhadap Customer Satisfaction	157
5.1.1.8	Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	157

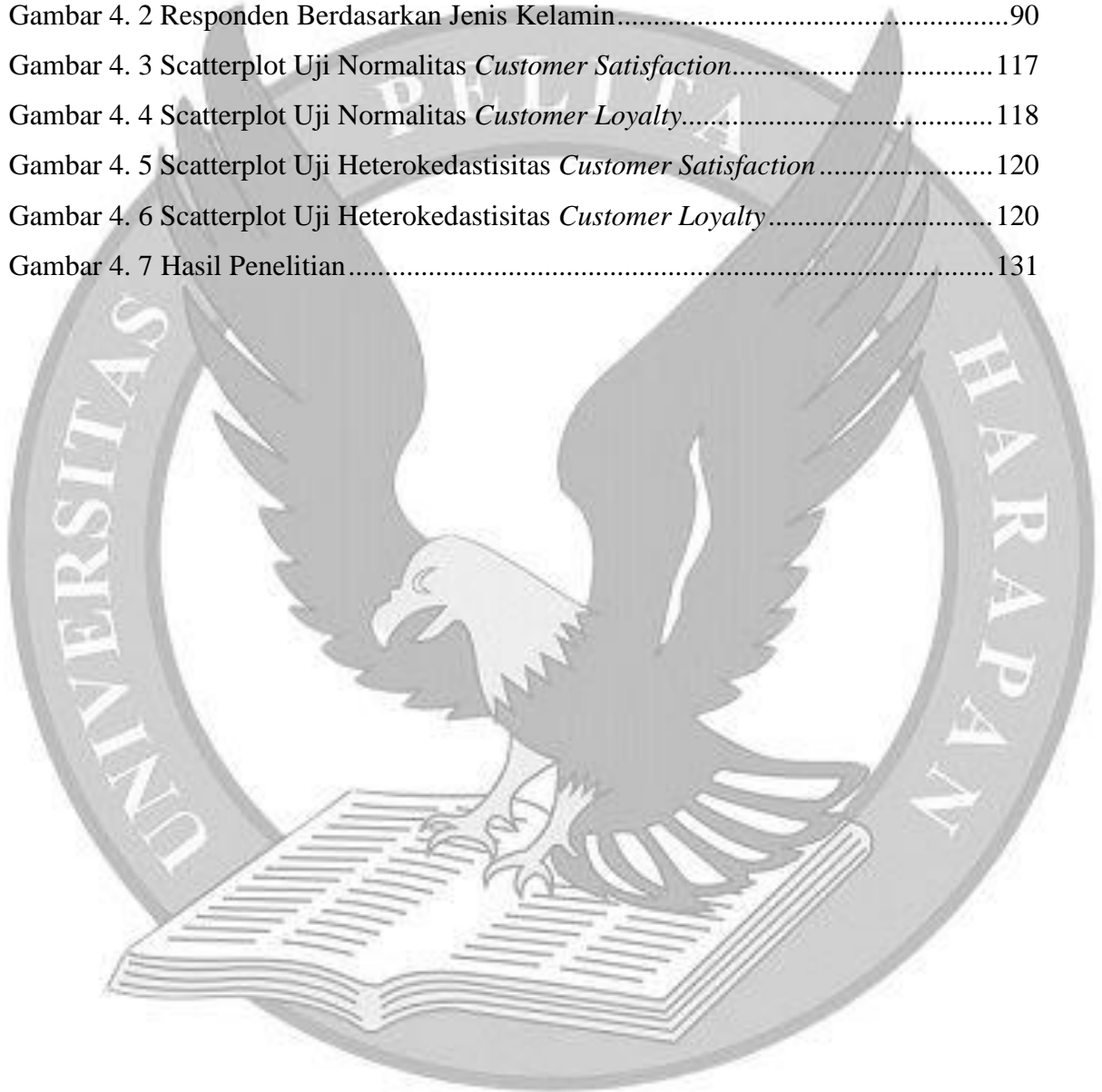
5.2	Implikasi	158
5.2.1	Implikasi Teoritis	158
5.2.2	Implikasi Manajerial	160
5.3	Rekomendasi.....	166
DAFTAR PUSTAKA.....		168



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Pariwisata Indonesia hingga April 2019	19
Gambar 1. 2 Kasus Pertama Covid-19 di Indonesia	20
Gambar 1. 3 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia sampai Tahun 2020	21
Gambar 1. 4 Statistik Pariwisata Indonesia hingga 2020	23
Gambar 1. 5 Logo Tiket.com	24
Gambar 1. 6 Perjalanan Tiket.com	24
Gambar 1. 7 Tiket.com Menjadi Partner Resmi MENPAREKRAF	25
Gambar 1. 8 Tiket.com di Akuisisi GDP Venture	25
Gambar 1. 9 Penghargaan yang di Raih Tiket.com selama Pandemi Covid-19	21
Gambar 1. 10 Peringkat Aplikasi Kategori Travel dan Tourisme	26
Gambar 1. 11 Reviews Pengguna Tiket.com	31
Gambar 1. 12 Ratings Tiket.com	33
Gambar 1. 13 Review Pengguna Tiket.com	34
Gambar 1. 14 Layanan Customer Service 24 Jam Tiket.com	34
Gambar 1. 15 Keluhan pelanggan Tiket.com	35
Gambar 1. 16 Tiket.com sebagai sponsor utama RANS The World	36
Gambar 1. 17 Raffi Ahmad dan Nagita Slavina sebagai brand ambassador Tiket.com	36
Gambar 1. 18 Fitur To Do Tiket.com	37
Gambar 1. 19 Promosi Fitur To Do Tiket.com	37
Gambar 1. 20 Promosi Fitur To Do Tiket.com	37
Gambar 1. 21 Fitur Tiket Homes Tiket.com	38
Gambar 1. 22 Fitur Tiket Clean Tiket.com Sumber : web Tiket.com diolah	38
Gambar 1. 23 Promosi Fitur Tiket Clean Tiket.com	39
Gambar 1. 24 Fitur Tiket Flexi Tiket.com	39
Gambar 1. 25 Promosi Fitur Tiket Flexi Tiket.com	40
Gambar 1. 26 Testimoni Pengguna Tiket.com	40
Gambar 1. 27 Testimoni Pengguna Tiket.com	41

Gambar 1. 28 Testimoni Pengguna Tiket.com	42
Gambar 2. 1 Model Penelitian	63
Gambar 2. 2 Bagan Alur Berpikir	65
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Usia	89
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
Gambar 4. 3 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	117
Gambar 4. 4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Loyalty</i>	118
Gambar 4. 5 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Satisfaction</i>	120
Gambar 4. 6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Loyalty</i>	120
Gambar 4. 7 Hasil Penelitian	131



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Desain Inti Kuisisioner.....	71
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	73
Tabel 3. 3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi Jarak Koefisien ..85	
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia	89
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	91
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	92
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	93
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	94
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Risk</i>	95
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap <i>Social Influence</i>	96
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap <i>Promotion</i>	97
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap <i>Performance Expectancy</i>	98
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap <i>Effort Expectancy</i>	99
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden terhadap <i>Facilitating Conditions</i>	100
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	101
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Risk</i>	103
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social Influence</i>	105
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Promotion</i>	106
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Performance Expectancy</i>	107
Tabel 4. 18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Effort Expectancy</i>	109
Tabel 4. 19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	110
Tabel 4. 20 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	111

Tabel 4. 21 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i>	113
Tabel 4. 22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	114
Tabel 4. 23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	114
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	115
Tabel 4. 25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Risk</i>	115
Tabel 4. 26 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i>	115
Tabel 4. 27 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Promotion</i>	115
Tabel 4. 28 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Performance Expectancy</i>	115
Tabel 4. 29 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Effort Expectancy</i>	115
Tabel 4. 30 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	115
Tabel 4. 31 Uji Realibilitas.....	116
Tabel 4. 32 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S).....	117
Tabel 4. 33 Nilai Tolerance dan VIF.....	118
Tabel 4. 34 Spearman Test Correlation.....	120
Tabel 4. 35 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS*CL).....	121
Tabel 4. 36 Hasil Uji Regresi Berganda (SW,PR,SI,P,PE,EE,FC*CS).....	122
Tabel 4. 37 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2).....	126
Tabel 4. 38 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2).....	127
Tabel 4. 39 Hasil Uji F.....	127
Tabel 4. 40 Hasil Uji T.....	128
Tabel 4. 41 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	137
Tabel 4. 42 Indikator Variabel <i>Service Quality</i>	139
Tabel 4. 43 Indikator Variabel <i>Perceived Risk</i>	141
Tabel 4. 44 Indikator Variabel <i>Social Influence</i>	143
Tabel 4. 45 Indikator Variabel <i>Promotion</i>	144
Tabel 4. 46 Indikator Variabel <i>Performance Expectancy</i>	146
Tabel 4. 47 Indikator Variabel <i>Effort Expectancy</i>	147
Tabel 4. 48 Indikator Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	148
Tabel 4. 49 Indikator Variabel <i>Customer Loyalty</i>	149
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis.....	147
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial.....	163

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER	172
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	177
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	187

