

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	II
DAFTAR ISI.....	II
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 BATASAN MASALAH	13
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	13
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	14
1.5 MANFAAT PENELITIAN	16
1.5.1 Manfaat Teoritis	16
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	19
2.1 LANDASAN TEORI.....	19
2.1.1 Manajemen Pemasaran	19
2.1.2 <i>E – Company Service Quality</i>	20
2.1.2.1 Dimensi E-Company Service Quality	21
2.1.3 Layanan Elektronik	22
2.1.4 Kualitas Layanan Elektronik	23
2.1.5 Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 <i>E–Customer Satisfaction</i>	25
2.1.6.1 Manfaat E-Customer Satisfaction	Error! Bookmark not defined.
2.1.6.2 Indikator E- Customer Satisfaction..	Error! Bookmark not defined.
2.1.7 <i>E- Customer Loyalty</i>	26
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Penelitian Pertama	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Penelitian Kedua.....	Error! Bookmark not defined.

2.3	PENGEMBANGAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Pengaruh <i>Reability</i> terhadap <i>E- Customer Loyalty</i> pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.....	31
2.3.2	Pengaruh <i>Privacy and Security</i> terhadap <i>E- Customer Loyalty</i> pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.....	31
2.3.3	Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>E- Customer Loyalty</i> pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.....	32
2.3.4	Pengaruh <i>Customer Service And Support</i> terhadap <i>E- Customer Loyalty</i> pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.....	32
2.3.5	Pengaruh <i>Reability</i> terhadap <i>E- Customer Satisfaction</i> pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.....	32
2.3.6	Pengaruh <i>Privacy And Security</i> terhadap <i>E- Customer Satisfaction</i> pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.....	33
2.3.7	Pengaruh <i>website design</i> terhadap <i>E- Customer Satisfaction</i> pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.....	34
2.3.8	Pengaruh <i>Customer Service And Support</i> terhadap <i>E- Customer Satisfaction</i> pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya..	34
2.3.9	Pengaruh <i>E- Customer Satisfaction</i> terhadap <i>E- Customer Loyalty</i> pada pengguna aplikasi MyPertamina di Jawa Timur.....	35
2.4	MODEL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
2.5	BAGAN ALUR BERFIKIR	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	JENIS PENELITIAN	38
3.2	POPULASI DAN SAMPEL	38
3.2.1	Populasi	38
3.2.2	Sampel.....	38
3.3	METODE PENGUMPULAN DATA	39
3.4	DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL	42
3.5	METODE ANALISIS DATA	49
3.5.1	Pengolahan Data.....	49

3.5.2	Pengujian Hipotesis	44
3.5.2.1	Uji Validitas	44
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	45
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik	46
3.5.2.4	Analisis Linier Regresi Berganda (Multiple Regression)	49
3.5.2.5	Koefisien Korelasi (R)	51
3.5.2.6	Koefisien Determinasi (R^2)	51
3.5.2.7	Uji F	52
3.5.2.8	Uji T	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1	Gambaran umum PT Pertamina dan Aplikasi MyPertamina	60
4.2	Analisis Data	62
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	62
4.2.1.1	Karakteristik Responden	62
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Domisili	63
4.2.1.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2.1.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.2.1.6	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi MyPertamina	66
4.2.1.7	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengguna Rutin Aplikasi MyPertamina.....	67
4.2.1.8	Tanggapan Responden	68
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	77
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Reliability</i>	77
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Privacy and Security</i>	79
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Website Design</i>	80
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Service and Support</i>	82
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>E- customer Satisfaction</i>	84
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>E-customer Loyalty</i>	86
4.2.3	Uji Validitas	88

4.2.4 Uji Reliability	89
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	90
4.2.5.1 Uji Normalitas	90
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas	91
4.2.5.3 Uji Heterokedastisitas	92
4.2.5.4 Uji Linearitas.....	94
4.3 Metode Analisis Statistik	95
4.3.1 Analisis Regresi.....	95
4.3.1.1 Analisis Regresi Berganda	95
4.3.1.2 Analisis Regresi Berganda	98
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	100
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Berganda	100
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	101
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	102
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	102
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	103
4.5 Pembahasan	105
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	125
5.1 Simpulan	125
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	126
5.1.1.1 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>E-customer Loyalty</i>	126
5.1.1.2 Pengaruh <i>Privacy and Security</i> terhadap <i>E-customer Loyalty</i>	127
5.1.1.3 Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>E-customer Loyalty</i>	128
5.1.1.4 Pengaruh <i>Customer Service and Support</i> terhadap <i>E-customer Loyalty</i>	130
5.1.1.5 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>E-customer Satisfaction</i>	131
5.1.1.6 Pengaruh <i>Privacy and Security</i> terhadap <i>E-customer Satisfaction</i> 132	
5.1.1.7 Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>E-customer Satisfaction</i>	134

5.1.1.8 Pengaruh <i>Customer Service and Support</i> terhadap <i>E-customer Satisfaction</i>	135
5.1.1.9 Pengaruh <i>E-customer Satisfaction</i> terhadap <i>E-customer Loyalty</i>	137
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	138
5.2 Implikasi	140
5.2.1 Implikasi Teoritis	140
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	141
5.3 Rekomendasi.....	150
DAFTAR PUSTAKA	152



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Layanan Perbankan yang Paling Sering Digunakan Gen Z dalam 3 Bulan Terakhir	3
Gambar 1. 2 Seorang Pelanggan Mengisi BBM di SPBU Pertamina.....	4
Gambar 1. 3 Logo PT. Pertamina (Persero).....	5
Gambar 1. 4 Informasi My Pertamina.....	7
Gambar 1. 5 Tampilan Aplikasi Shell Motorist.....	8
Gambar 1. 6 Tampilan Saldo dan Transaksi Pembayaran	9
Gambar 1. 7 Tampilan Login MyPertamina	9
Gambar 1. 8 Tampilan MyPertamina.....	11
Gambar 1. 9 Tampilan Informasi Customer Service	12
Gambar 2.1 Model Penelitian Penulis.....	12
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Domisili	64
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	65
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi MyPertamina	67
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Pengguna Rutin Aplikasi MyPertamina	68
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Normalitas <i>E-Customer Satisfaction</i>	90
Gambar 4.8 Scatterplot Uji Normalitas <i>E-Customer Loyalty</i>	91
Gambar 4.9 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>E-Customer Satisfaction</i>	93
Gambar 4.10 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>E-ustomer Loyalty</i>	93
Gambar 4.11 Hasil Penelitian	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Bagan Alur Berfikir	42
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert	47
Tabel 3.2 Desain Inti Kuisisioner	47
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.4 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Domisili	64
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi MyPertamina.....	67
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pengguna Rutin Aplikasi MyPertamina.....	68
Tabel 4.7 Derajat Penilaian Setiap Variabel	69
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	69
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	70
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Service and Support</i>	72
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>Website Design</i>	74
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap <i>Privacy and Security</i>	75
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap <i>Reliability</i>	76
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Reliability</i>	78
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Privacy and Security</i>	79
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Website Design</i>	81
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Customer Service and Support</i>	82
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>E-customer Satisfaction</i>	84
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>E-customer Loyalty</i>	87
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Reliability</i>	88
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Privacy and Security</i>	88
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Website Design</i>	88
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Service and Support</i>	88

Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-customer Satisfaction</i>	88
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-customer Loyalty</i>	89
Tabel 4.26 Uji Reliabilitas	89
Tabel 4.27 Uji Kolmogorov Smirnov (KS)	90
Tabel 4.28 Nilai Tolerance dan VIF	92
Tabel 4.29 Spearman Test Correlation.....	93
Tabel 4.30 Hasil Uji Linearitas	94
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Berganda (RE,PS,WD,CSS*CSA).....	95
Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi Berganda (RE, PS, WD, CSS, CSA*CL).....	98
Tabel 4.33 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1(R^2)	101
Tabel 4.34 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	101
Tabel 4.35 Hasil Uji F.....	102
Tabel 4.36 Hasil Uji T.....	103
Tabel 4.37 Indikator Variabel <i>Reliability</i>	113
Tabel 4.38 Indikator Variabel <i>Privacy and Security</i>	115
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Website Design</i>	116
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Customer Service and Support</i>	118
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>E-customer Satisfaction</i>	120
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>E-customer Loyalty</i>	123
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	140
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	146

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER PENELITIAN	A-1
LAMPIRAN B: KUESIONER PENELITIAN	B-1
LAMPIRAN C: KUESIONER PENELITIAN	C-1

