

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan, karena hanya melalui perkenaan dan anugerahNya, Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir dengan judul **“PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALTY PELANGGAN YANG DIMODERASI CUSTOMER SATISFACTION GRAB-BIKE”** ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh Sarjana Ekonomi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Lippo Village.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan dukungan serta doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam prose pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Ibu Gracia S. Ugut, MBA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen
3. Bapak Dr. Moses L.P. Hutabarat, S.kom., SE., M.M selaku Ketua Konsentrasi pemasaran yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis.
4. Ibu Dr. Margaretha Pink Berlianto SE., M.M, Ak., CA selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, membantu dan memberi masukan kepada penulis.

5. Semua dosen yang telah mengajar penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Pelita Harapan, khususnya dosen-dosen yang mengajar di konsentrasi keuangan.
6. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
7. Staf *Johannes Oentoro Library* yang banyak membantu penulis.
8. Keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis
9. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan peneliti dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran akan sangat bermanfaat bagi penulis. Penulis juga berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Tangerang, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Justifikasi Penelitian.....	7
1.6 Sistematika penulisan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Tinjauan Literatur.....	9
2.1.1. <i>Loyalty</i> Pelanggan (<i>Customer loyalty</i>).....	9
2.1.2. <i>Service quality</i> (<i>Service Quality</i>)	11
2.1.3. <i>Customer satisfaction</i> (<i>Customer Satisfaction</i>)	13

2.2. Hubungan Antar Variabel	15
2.2.1. Hubungan <i>Structural assurance</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	16
2.2.2. Hubungan <i>Platform responsiveness</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	16
2.2.3. Hubungan <i>Information congruity</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	17
2.2.5. Hubungan <i>Empathy</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	18
2.2.6 Hubungan <i>Structural assurance</i> Terhadap <i>Loyalty Pelanggan</i>	18
2.2.7 Hubungan <i>Platform responsiveness</i> Terhadap <i>Loyalty Pelanggan</i>	19
2.2.8 Hubungan <i>Information congruity</i> Terhadap <i>Loyalty Pelanggan</i>	19
2.2.9 Hubungan <i>Competence</i> Terhadap <i>Loyalty Pelanggan</i>	19
2.2.10 Hubungan <i>Empathy</i> Terhadap <i>Loyalty Pelanggan</i>	20
2.2.11 Hubungan <i>Customer satisfaction</i> Terhadap <i>Customer loyalty</i>	20
2.3. Model penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	23
3.2 Jenis Penelitian.....	23
3.3 Definisi Konseptual dan Operasional.....	24
3.4 Skala Pengukuran.....	27
3.5 Desain Sampel.....	28
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	29

3.5.3 Penentuan Jumlah Sampel	30
3.6 Metode Analisis Data	30
3.6.1 Studi Pendahuluan	31
3.6.1.1 Uji Validitas	31
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	32
3.6.2 Statistik Deskriptif	32
3.6.3 Statistik Inferensial	33
3.6.3.1 Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) .	33
3.6.3.2 Evaluasi Model.....	34
3.6.3.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	34
3.6.3.2.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	34
BAB IV PEMBAHASAN.....	35
4.1 Profil Responden.....	35
4.1.1 Jenis Kelamin.....	35
4.1.2 Usia	36
4.1.3 Frekuensi.....	36
4.2 Statistik Deskriptif	37
4.2.1 <i>Structural assurance</i>	37
4.2.2 <i>Platform responsiveness</i>	38
4.2.3 <i>Information congruity</i>	39

4.2.4 <i>Competence</i>	40
4.2.5 <i>Empathy</i>	41
4.2.6 <i>Loyalty</i>	42
4.2.7 <i>Satisfaction</i>	43
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Studi Pendahuluan	44
4.3.1 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	45
4.3.2 Uji validitas Studi Pendahuluan.....	45
4.4 Uji Aktual.....	47
4.4.1 Uji Reliabilitas I.....	47
4.4.2 Uji Validitas I.....	48
4.4.3 Uji <i>Convergent Validity</i> I.....	49
4.4.4 Uji <i>Discriminant Validity</i> I.....	50
4.4.5 Uji Reliabilitas II	50
4.4.6 Uji Validitas II.....	51
4.4.7 Uji <i>Convergent Validity</i> II.....	52
4.4.8 Uji <i>Discriminant Validity</i> II.....	53
4.4.9 Uji <i>R-Square</i>	54
4.4.10 Uji Multikolinearitas.....	55
4.4.11 Uji Hipotesis	57
4.5 Pembahasan.....	62

4.5.1 Pembahasan Hipotesis 1	62
4.5.2 Pembahasan Hipotesis 2	64
4.5.3 Pembahasan Hipotesis 3	65
4.5.4 Pembahasan Hipotesis 4	66
4.5.5 Pembahasan Hipotesis 5	67
4.5.6 Pembahasan Hipotesis 6	68
4.5.7 Pembahasan Hipotesis 7	69
4.5.8 Pembahasan Hipotesis 8	69
4.5.9 Pembahasan Hipotesis 9	70
4.5.10 Pembahasan Hipotesis 10	71
4.5.11 Pembahasan Hipotesis 11	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2.1 Implikasi Teoritis	78
5.2.2 Implikasi Manajerial	78
5.3 Limitasi Penelitian	81
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>The Wheel of Loyalty</i>	10
Gambar 2.2 The Customer Satisfaction-Loyalty Relationship	21
Gambar 2.3 Model Penelitian	22
Gambar 4.1 Path Coefficient.....	56
Gambar 4.2 Uji Hipotesis.....	56



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu	3
Tabel 2.1 Tabel Dimensi Service quality	11
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional	25
Tabel 3.2 Nilai Rentang dan Kategori	32
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi	36
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif <i>Structural assurance</i>	37
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Platform responsiveness</i>	39
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Information congruity	40
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Competence</i>	41
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Empathy	42
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Loyalty</i>	42
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Satisfaction</i>	44
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	45
Tabel 4.12 Uji Validitas Studi Pendahuluan	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas I	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Konvergen I	48
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> I	49
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Diskriminan I	50
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas II	51
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Konvergen II	52

Tabel 4.19 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) II	53
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Diskriminan II	53
Tabel 4.21 Hasil Uji R-Square	54
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis	57
Tabel 4.24 <i>Specific Indirect Effect</i>	73

