

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul: "Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Kualitas Pemulihan Layanan Elektronik melalui Persepsi Nilai terhadap Niat Loyalitas nasabah Bank Mandiri" dengan tepat waktu. Tugas akhir ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen Strata Satu pada Program Studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan.

Penulisan Tugas Akhir ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

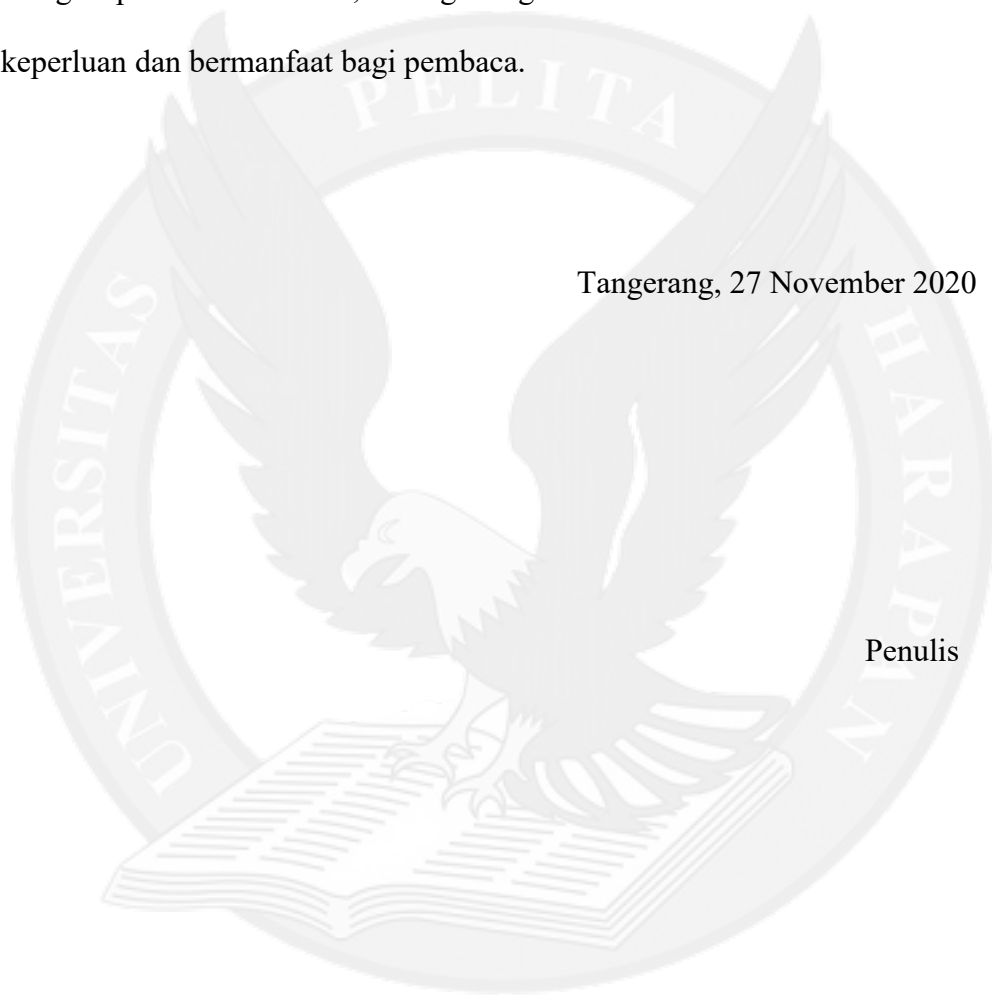
1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Bapak Niel B. Nielson, M.A., Ph.D. selaku Penasihat Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dr. Margaretha Pink Berlianto, S.E., M.M., Ak., CA. selaku Pembimbing Akademik.
5. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A. selaku Ketua Konsentrasi Ritel Manajemen.

6. Ibu Cynthia Anna Wijayanti, S.E., M.Mktg. selaku pembimbing penulisan makalah penelitian yang telah sabar dan baik hati memberikan ilmu dan membimbing penulis selama pembuatan makalah ini, tanpa dukungan dan kebaikannya dari pembimbing, penulis tidak akan dapat menyelesaikan makalah ini dengan tepat waktu.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan yang telah mengajar dan memberikan ilmu serta pengalaman selama masa perkuliahan penulis.
8. Staf Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif selama perkuliahan.
9. Orang tua, kakak dan anggota keluarga lainnya yang telah tiada henti memberikan dukungan, doa dan motivasi untuk menyelesaikan makalah ini.
10. Semua sahabat yang selalu mendukung, memberi saran serta membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang dibagikan oleh penulis.
12. Semua pihak yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan makalah ini, yang tidak memungkinkan untuk disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan dan kurangnya pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini, kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat di apresiasi oleh penulis. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih, semoga Tugas Akhir ini bermanfaat untuk berbagai keperluan dan bermanfaat bagi pembaca.

Tangerang, 27 November 2020

Penulis



DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	14
2.1.1 Kualitas Layanan Elektronik (<i>E-Service Quality</i>)	15
2.2 Kualitas Pemulihan Layanan (<i>Service Recovery Quality</i>)	17
2.2.1 Kualitas Pemulihan Layanan Elektronik (<i>E-Service Recovery Quality</i>)	18
2.3 Teori Psikologi Perkembangan (<i>Developmental Psychology Theory</i>).....	19
2.3.1 Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>)	22
2.4 Teori Perilaku yang Direncanakan (<i>Theory of Planned Behavior</i>) ...	22
2.4.1 Niat Loyalitas (<i>Loyalty Intentions</i>)	25
2.5 Hubungan antar Variabel.....	26
2.5.1 Kualitas Layanan Elektronik dan Persepsi Nilai.....	26
2.5.2 Kualitas Pemulihan Layanan Elektronik dan Persepsi Nilai.....	27
2.5.3 Kualitas Layanan Elektronik dan Niat Loyalitas.....	27
2.5.4 Kualitas Pemulihan Layanan Elektronik dan Niat Loyalitas.....	28
2.5.5 Persepsi Nilai dan Niat Loyalitas.....	28
2.6 Model Penelitian.....	29
2.7 Penelitian-penelitian Sebelumnya.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Objek Penelitian.....	35
3.2 Unit Analisis.....	36
3.3 Tipe Penelitian.....	36
3.4 Operasional Variabel Penelitian.....	39
3.5 Populasi dan Sampel.....	48
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	48
3.5.2 Metode Penarikan Sampel.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	51

3.6.1 Skala Pengukuran.....	52
3.7 Metode Analisis Data.....	55
3.7.1 <i>Partial Least Square - Structural Equation Model</i> (PLS-SEM)	55
3.7.1.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	57
3.7.1.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	59
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	60
3.8.1 Pengujian Validitas.....	61
3.8.2 Pengujian Reliabilitas.....	62
3.8.3 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan.....	63
3.8.3.1 Hasil Uji Instrumen <i>Convergent Validity</i>	64
3.8.3.2 Hasil Uji Instrumen <i>Discriminant Validity</i>	68
3.8.3.3 Hasil Uji Instrumen Reliabilitas.....	70
3.9 Pengujian Hipotesis.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Hasil Penelitian.....	73
4.1.1 Profil Responden.....	74
4.2 Data Analisis.....	77
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	77
4.2.1.1 Kualitas Layanan Elektronik.....	78
4.2.1.2 Kualitas Pemulihan Layanan Elektronik.....	79
4.2.1.3 Persepsi Nilai.....	81
4.2.1.4 Niat Loyalitas.....	82
4.2.2 Statistik Inferensial.....	84
4.2.2.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	84
4.2.2.1.1 <i>Internal Consistency</i>	85
4.2.2.1.2 Hasil dari Evaluasi <i>Convergent Validity</i>	85
4.2.2.1.3 <i>Discriminant Validity</i>	87
4.2.2.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	88
4.2.2.2.1 Uji Multikolinearitas.....	89
4.2.2.2.2 T-Statistik (<i>Bootstrapping</i>)	90
4.2.2.2.3 <i>R Square</i>	91
4.3 Pengujian Hipotesis.....	93
4.3.1 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	93
4.3.2 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Uji Mediasi)	98
4.4 Diskusi.....	100
4.4.1 Kualitas Layanan Elektronik terhadap Persepsi Nilai.....	100
4.4.2 Kualitas Pemulihan Layanan Elektronik terhadap Persepsi Nilai.....	101
4.4.3 Kualitas Layanan Elektronik terhadap Niat Loyalitas.....	102
4.4.4 Kualitas Pemulihan Layanan Elektronik terhadap Niat Loyalitas.....	103
4.4.5 Persepsi Nilai terhadap Niat Loyalitas.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Implikasi Manajerial.....	107

5.3 Keterbatasan Penelitian.....	111
5.4 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Laba Bersih Bank Mandiri (Kuartal III)	7
Gambar 2.1 Model <i>Theory of Planned Behavior</i>	23
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	29
Gambar 3.1 Model <i>Pre-Test</i>	63
Gambar 4.1 Hasil Evaluasi Jalur Model (<i>Path Model</i>)	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Pengguna SMS/ <i>Mobile Banking</i> terhadap Total Nasabah 2015.....	3
Tabel 1.2 Penjualan, Keuntungan, Aset dan Nilai Pasar Perusahaan di Indonesia 2016.....	6
Tabel 1.3 <i>Best Banks Southeast Asian Countries</i> 2020.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Batasan Populasi dalam Penelitian.....	51
Tabel 3.3 Hasil Pengukuran <i>Outer Loading</i>	64
Tabel 3.4 Hasil Pengukuran AVE.....	67
Tabel 3.5 Hasil Pengukuran Fornell & Larcker.....	68
Tabel 3.6 Hasil Evaluasi Pengukuran <i>Cross Loading</i>	69
Tabel 3.8 Hasil Pengukuran <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	71
Tabel 4.1 Karakteristik Profil Responden.....	74
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Nasabah Bank Mandiri.....	76
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif dari Variabel Kualitas Layanan Elektronik.....	78
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif dari Variabel Kualitas Pemulihan Layanan Elektronik.....	80
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif dari Variabel Persepsi Nilai.....	81
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif dari Variabel Niat Loyalitas.....	83
Tabel 4.7 Hasil dari Evaluasi <i>Internal Consistency</i>	85
Tabel 4.8 Hasil Evaluasi <i>Outer Loading</i>	86
Tabel 4.9 Hasil Pengukuran Kriteria Fornell & Larcker.....	88
Tabel 4.10 Hasil Evaluasi dari Uji Multikolinearitas.....	89
Tabel 4.11 Hasil Pengukuran T-Statistik.....	90
Tabel 4.12 Hasil Pengukuran Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	92
Tabel 4.13 <i>Path Coefficients</i>	96
Tabel 4.14 Hasil Pengukuran <i>Specific Indirect Effects</i>	98