

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih dan karunia-Nya, sehingga tugas akhir ini yang berjudul **“DAMPAK DIMENSI *E-SERVICE QUALITY GO-PAY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DI MASA PANDEMI MELALUI INTERAKSI *CUSTOMER LOYALTY* DI MASA PANDEMI MELALUI INTERAKSI *CUSTOMER SATISFACTION*”** dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

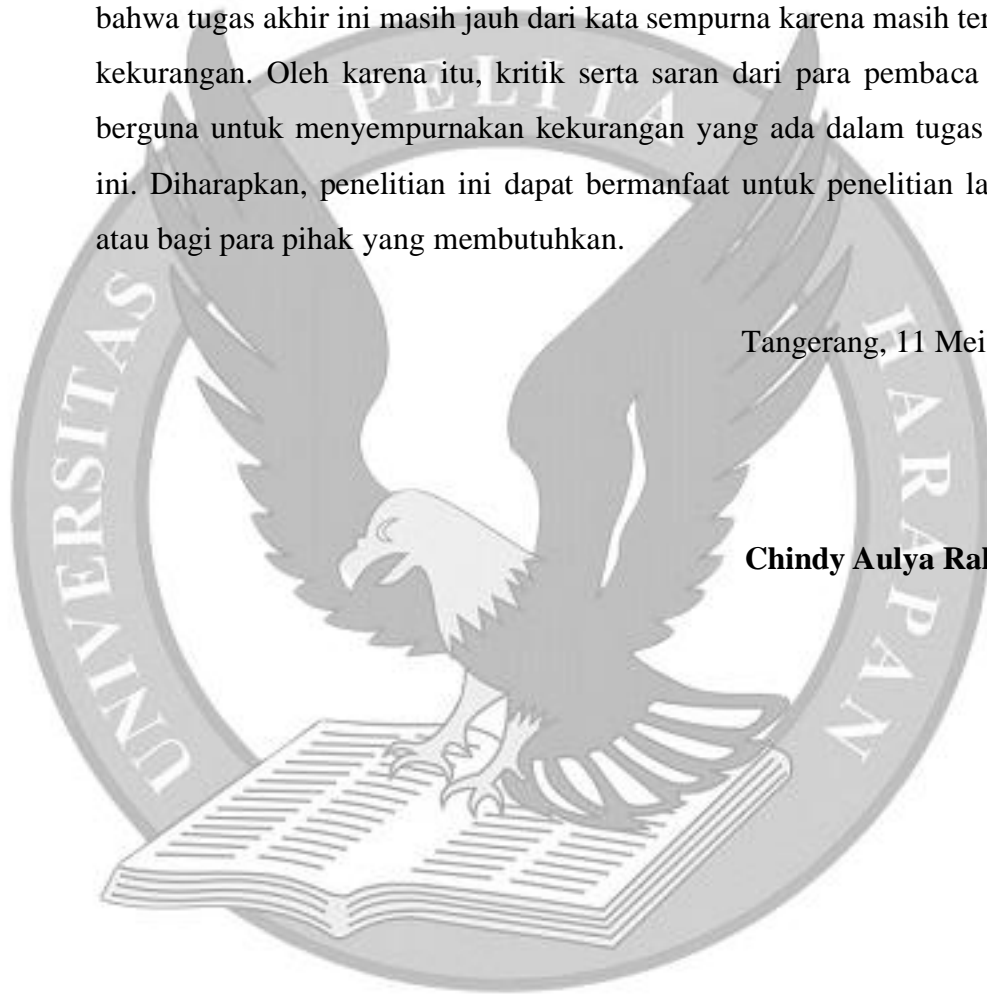
Dalam penulisan tugas akhir ini saya menyadari bahwa banyak pihak yang terlibat dengan membantu memberikan semangat dan bimbingan serta doa sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan sesuai dengan sebagaimana semestinya. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak yang telah terlibat dalam proses hingga tugas akhir ini terselesaikan, yaitu kepada:

1. Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA Ph. D., selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
2. Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi, Jurusan Management, Universitas Pelita Harapan.
3. Dr. Margaretha Pink Berlianto SE., M.M, Ak., CA., selaku Dosen Pembimbing telah membimbing, memberikan masukan dan juga nasihat yang sangat membantu dalam proses penulisan tugas akhir ini.
4. Vina Christina Nugroho SE.,MM., selaku Pembimbing Akademik selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar di Universitas Pelita Harapan Karawaci yang sudah memberikan ilmu selama berkuliah.
6. Orang Tua dan kakak saya yang telah memberikan motivasi serta dukungan baik secara moral ataupun secara materil sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Kepada Atika & Kiki Melvasari, S.E., MM., MBA., CFP. yang selalu mendukung, membantu dan memberikan perhatian kepada saya.
8. Kepada sahabat-sahabat serta teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Semua pihak lain yang telah terlibat didalam pembuatan tugas akhir ini yang namanya tidak bisa disebutkan satu-persatu. Akhir kata, saya menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna karena masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik serta saran dari para pembaca dapat berguna untuk menyempurnakan kekurangan yang ada dalam tugas akhir ini. Diharapkan, penelitian ini dapat bermanfaat untuk penelitian lainnya atau bagi para pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 11 Mei 2021

Chindy Aulya Rahayu



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR ..	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat penelitian	10
1.4.1. Manfaat teoritis	10
1.4.2. Manfaat Managerial	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 E-Service Quality	13
2.2 Reability	15
2.3 <i>Privacy and Security</i>	18
2.3.1 <i>Privacy</i>	18
2.3.2 <i>Security</i>	20
2.4 <i>Website Design</i>	21
2.5 <i>Customer service & Support</i>	22
2.6 <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.7 <i>Customer Loyalty</i>	26
2.8 Pengembangan Hipotesis	27
2.8.1 Hubungan Reability dan Kepuasan Konsumen	27

2.8.2 Hubungan Privacy dan Security terhadap kepuasan konsumen	28
2.8.3 Hubungan <i>Website</i> design dan kepuasan konsumen	29
2.8.4 Hubungan <i>Customer service</i> dan Support terhadap Kepuasan Konsumen	31
2.8.5 Hubungan Reability dan Loyalitas Konsumen.....	31
2.8.6 Hubungan Privacy dan Security terhadap loyalitas konsumen	33
2.8.7 Hubungan <i>Website</i> Design terhadap Loyalitas Konsumen	34
2.8.8 Hubungan <i>Customer service</i> dan support terhadap Loyalitas	35
2.8.9 Hubungan Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen	36
2.9 Model Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Objek Penelitian	39
3.2 Unit Analisis	40
3.3. Jenis Penelitian	41
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional.....	42
3.5 Pengukuran Skala	48
3.6 Metode Pengumpulan Data	53
3.7 Sampling.....	55
3.8 Ukuran Sample	58
3.9 Metode Dalam Analisis Data.....	58
3.10 Goodness of the Data.....	60
3.10.1 Validitas.....	61
3.10.2 Reliabilitas.....	61
3.11 Structural Equation Modeling (SEM)	62
3.12 Partial Least Square (PLS)	64
3.13 Preliminary Test	65
3.13.1 Validity Pre-Test Result.....	65
3.13.1.1 Convergent Validity Pre-Test	65
3.13.1.2 Discriminat Validity <i>Pre-Test</i>	70
3.13.1.3 Reliability Pre-test Result	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1 Hasil Penelitian	77
4.1.1 Profil Responden	77
4.1.2 Karakteristik Responden	79

4.2 Data Analisis	79
4.2.1 Statistik Deskriptif	79
4.2.1.1 Reliability	80
4.2.1.2 Privacy and Security	81
4.2.1.3 Website Design	82
4.2.1.4 Customer Service and Support	83
4.2.1.5 Customer Satisfaction	84
4.2.1.6 Customer Loyalty	85
4.2.2 Statistik Inferensial	86
4.2.2.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) ^{3.1.1}	86
4.2.2.1.1 Hasil Pengujian Validitas Konvergen	87
4.2.2.1.2 Hasil Pengujian Validitas Diskriminan	89
4.2.2.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	90
4.2.2.2.1 Koefisien Determinasi (R^2)	90
4.2.2.2.2 <i>Predictive Relevance</i> (Q^2) ^{3.1.2}	91
4.2.2.2.3 T-Statistik (Bootstrapping) ^{3.1.3}	91
4.2.2.2.4 Uji Multikolinearitas	92
4.2.3 Uji Hipotesis	94
4.2.3.1 Hipotesis 1 : <i>Realibility</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay.	96
4.2.3.2 Hipotesis 2 : <i>Privacy dan security</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay.	97
4.2.3.3 Hipotesis 3 : <i>Website Design</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay.	97
4.2.3.4 Hipotesis H4 : <i>Customer Service and Support</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay ...	97
4.2.3.5 Hipotesis H5 : <i>Realibility</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay.	97
4.2.3.6 Hipotesis H6: <i>Privacy dan Security</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay.....	98
4.2.3.7 Hipotesis H7 : <i>Website Design</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay.	98

4.2.3.8 Hipotesis H8 : <i>Customer Service and Support</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay.	98
4.2.3.9 Hipotesis H9 : kepuasan konsument berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay.	98
4.3 Pembahasan Hipotesis	99
4.3.1 Pembahasan Hipotesis 1	99
4.3.2 Pembahasan Hipotesis 2	99
4.3.3 Pembahasan Hipotesis 3	100
4.3.4 Pembahasan Hipotesis 4	100
4.3.5 Pembahasan Hipotesis 5	101
4.3.6 Pembahasan Hipotesis 6	101
4.3.7 Pembahasan Hipotesis 7	102
4.3.8 Pembahasan Hipotesis 8	103
4.3.9 Pembahasan Hipotesis 9	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Implikasi Teoritis	106
5.3 Implikasi Manajerial	111
5.4 Keterbatasan Penelitian	112
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Pembayaran Elektronik di Indonesia tahun 2014-2018.....	2
Gambar 1.2 Grafik Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	38
Gambar 4.1 Hasil Evaluasi Jalur Model (Uji Aktual).....	87
Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping	96



▲ DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Dimensi EBSQ Menurut Ahli	15
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional.....	42
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	49
Tabel 3.3 Skala peringkat	51
Tabel 3.5 Factor Loading > 0.70 untuk preliminary test (reliability).....	66
Tabel 3.6 Factor loading > 0.70 untuk preliminary test (privacy and security)	67
Tabel 3.7 Factor loading > 0.70 untuk preliminary test (website and design)	67
Tabel 3.8 Factor loading > 0.70 untuk preliminary test (customer service and support)	68
Tabel 3.9 Factor loading > 0.70 untuk preliminary test (customer satisfaction).....	68
Tabel 3.10 Factor loading > 0.70 untuk preliminary test (customer loyalty).....	69
Tabel 3.11 AVE untuk preliminary test.....	70
Tabel 3.12 Cross Loading > 0.70 untuk preliminary test (reliability).....	71
Tabel 3.13 Factor loading > 0.70 untuk preliminary test (privacy and security)	72
Tabel 3.14 Cross loading > 0.70 untuk preliminary test (website and design)	72
Tabel 3.15 Cross loading > 0.70 untuk preliminary test (customer service and support).....	73
Tabel 3.16 cross loading > 0.70 untuk preliminary test (customer satisfaction).....	73
Tabel 3.17 Cross loading > 0.70 untuk preliminary test (customer loyalty).....	74
Tabel 3.18 Cronbach's Alpha > 0.70 untuk preliminary test	75
Tabel 3.19 Compare Reliability.....	76
Tabel 4.1 Presentase Jenis Kelamin	77
Tabel 4.2 Persentase Usia, Status Pekerjaan	78
Tabel 4.3 Persentasi Kriteria Responden.....	79
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Reability	80
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Privacy and Security.....	81
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Website Design.....	82
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Customer Service and Support.....	83
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Customer Satisfaction.....	84
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Customer Loyalty	85
Tabel 4.10 Average Variance Extracted(AVE).....	87
Tabel 4.11 Outer Loading.....	88

Tabel 4.12 Kriteria Fornell-Larcker.....	89
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi (R^2).....	90
Tabel 4.14 Predictive Relevance (Q^2).....	91
Tabel 4.15 T-Statistik (Bootstrapping).....	91
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	92
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis.....	94
Tabel 4.18 signifikansi path coefficient, t-statistik, dan p-value	95
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	106
Tabel 5.2 Perbandingan Desain Penelitian	110



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner	xv
Lampiran B : Hasil Pengolahan Data <i>Actual Test</i> Dengan Program Smartpls 3.0.....	xx

