

KATA PENGANTAR

Pertama penulis ingin mengucapkan Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas hikmat penyertaan serta kesehatan yang sangat luar biasa diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik demi menggapai gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini.

Penulis percaya bahwa pengungkapan, penyajian, ataupun pemilihan kata dan bahasa dalam penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna, maka dengan alasan tersebut dengan segenap kerendahan hati, penulis memohon bantuan dalam bentuk kritik, saran atau segala bentuk pengarahan dari semua pihak dalam memperbaiki kekurangan dalam penelitian tugas akhir ini.

Dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada seluruh pihak – pihak yang sudah ikut berkontribusi dalam membantu dan mendukung secara emosional ataupun financial dari awal pengerjaan hingga akhirnya terselesaikan. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA., CDM., PMA, Selaku *Executive Director* dan *Associate Dean* dan sekaligus dosen pembimbing kedua saya yang telah banyak membantu hal dalam aktivitas perkuliahan yang telah saya lalui selama perkuliahan di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Serta atas bimbingan dan saran yang diberikan kepada saya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA, selaku Ketua Program Studi Manajemen dan sekaligus dosen pembimbing pertama saya 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.
3. Pak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., MM selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan serta arahan kepada penulis dengan tujuan untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. dosen penguji kedua yang juga turut memberikan masukan serta arahan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
5. Bapak, Ibu, dan kakak saya, yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan serta membantu dalam hal finansial sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik.
6. Saudara sepelayanan dalam keluarga *spiritual growth for student* Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya yang senantiasa mendoakan dan tetap menyemangati sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Teman – teman saya yang senantiasa hadir seperti Hendi, Irot, Matthew, Priza, dan Ariel untuk menyemangati dan membantu dalam hal panduan dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu – persatu yang telah bersedia membantu penulis dalam menyusun penelitian ini.

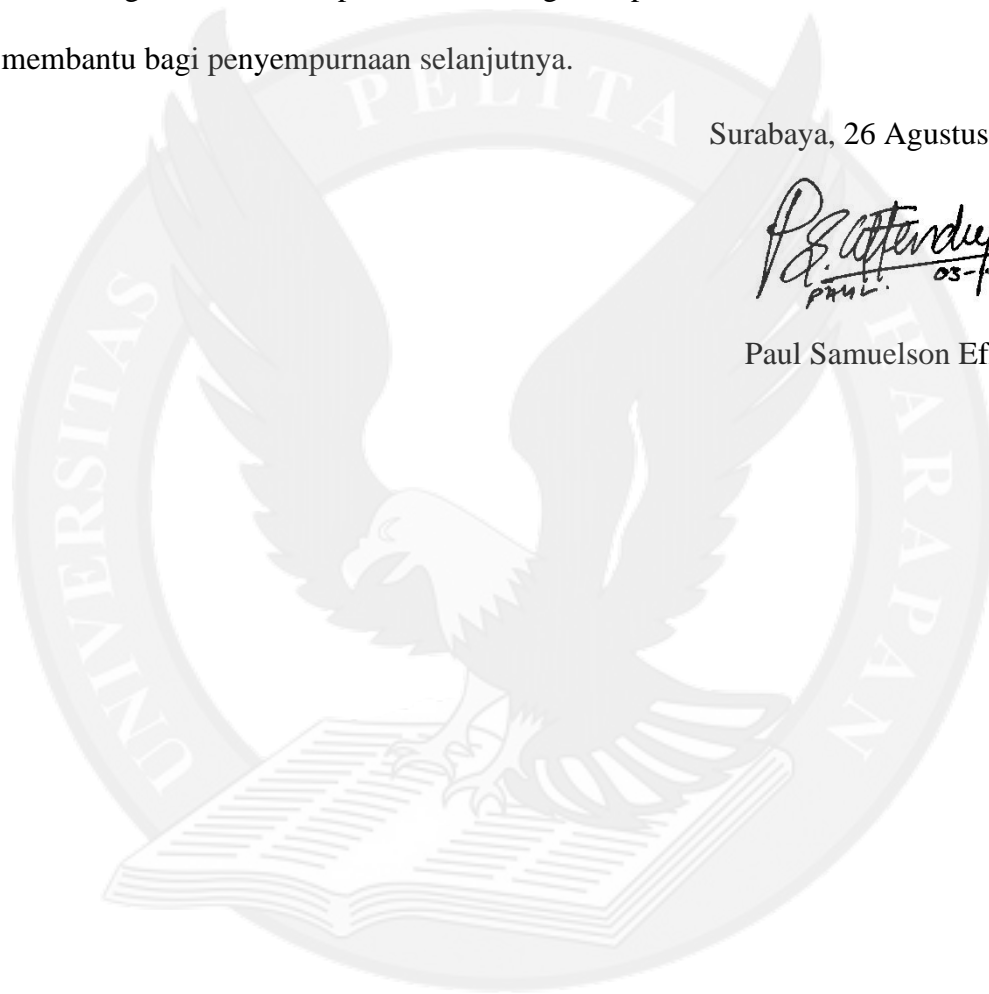
Hanya doa yang dapat penulis berikan, semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalaskan semua kebaikan dan dukungan dari bapak, ibu, saudara dan teman – teman yang tertera di atas. Semoga penelitian ini dapat berguna terutama bagi pribadi penulis dan juga pihak lain yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik maupun saran mengenai penelitian ini akan amat sangat membantu bagi penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 26 Agustus 2021



Handwritten signature of Paul Samuelson Effendy, dated 03-1-01.

Paul Samuelson Effendy



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	20
1.3 Rumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian	23
1.5 Manfaat Penelitian	24
1.5.1 Manfaat Teoritis	24
1.5.2 Manfaat Praktis	24
1.6 Sistematika Penulisan	25
BAB II	27
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	27
2.1 Landasan Teori	27
2.1.1 Customer Loyalty	27
2.1.2 Customer Satisfaction	28
2.1.3 Customer Experience	30
2.1.4 Perceived Value	31
2.1.5 Convenience	32
2.1.6 Functional Quality	34
2.1.7 Service Quality	35
2.1.8 Brand Trust	36
2.1.9 Customer Employee Engagement	37
2.1.10 Perceived Risk	39
2.1.11 Perceived Usability	40
2.1.12 Digital Banking Innovation	42
2.2 Penelitian Terdahulu	43
2.3 Pengembangan Hipotesis	46
2.3.1 Pengaruh Perceived Value Terhadap Customer Experience	46
2.3.2 Pengaruh Convenience Terhadap Customer Experience	46
2.3.3 Pengaruh Functional Quality Terhadap Customer Experience	47
2.3.4 Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Experience	47
2.3.5 Pengaruh Brand Trust Terhadap Customer Experience	48

2.3.6	Pengaruh Customer employee engagement Engagement Terhadap Customer Experience.....	49
2.3.7	Pengaruh Perceived Risk Terhadap Customer Experience	49
2.3.8	Pengaruh Perceived Usability Terhadap Customer Experience	50
2.3.9	Pengaruh Digital Banking Inovation terhadap customer experience.....	51
2.3.10	Pengaruh Customer Experience terhadap customer satisfaction	52
2.3.11	Pengaruh Customer Experience terhadap customer loyalty	52
2.3.11	Pengaruh Customer Satisfaction terhadap customer loyalty	53
2.4	Model Penelitian	54
2.5	Bagan Alur Berpikir	55
BAB III	58
METODOLOGI PENELITIAN	58
3.1	Jenis Penelitian Dan Jenis Data	58
3.1.1	Jenis Penelitian	58
3.1.2	Jenis Data.....	59
3.2	Populasi dan Sampel.....	60
3.2.1	Populasi.....	60
3.2.2	Sampel	60
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	62
3.4	Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel	65
3.5	Metode menganalisis data.....	67
3.5.1	Pengolahan data	67
3.5.2	Pengujian Hipotesis	68
BAB IV	81
4.1	Gambaran umum <i>BCA Mobile</i>	81
4.2	Analisis Data.....	82
4.2.1	Analisis Deskriptif	82
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	99
4.2.4	Uji Reliability	117
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi	118
4.3	Metode Analisis Statistik.....	126
4.3.1	Analisis Regresi	126
4.3.2	Analisis koefisien Korelasi	133
4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	133
4.4	Metode Pengajuan Hipotesis	135
4.4.1	Uji Signifikansi Simultan	135
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji- T)	136
4.5	Pembahasan	142
BAB V	182
5.1	Simpulan.....	182
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis.....	183
5.2	Implikasi	197
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	197
5.2.2	Implikasi Menejerial	200
5.3	Rekomendasi.....	213
DAFTAR PUSTAKA	215

LAMPIRAN A: KUESIONER	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER.....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN	D-1



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo BCA	5
Gambar 1.2 Gedung BCA.....	5
Gambar 1.3 Tampilan aplikasi BCA Mobile pada situs unduhan	6
Gambar 1.4 Tampilan pembukaan rekening melalui aplikasi BCA Mobile.....	7
Gambar 1.5 Tampilan BCA Mobile.....	8
Gambar 1.6 Nilai Ulasan BCA Mobile pada situs pengunduhan aplikasi	11
Gambar 1.7 Apresiasi Nasabah terhadap aplikasi BCA Mobile	12
Gambar 1.8 Manfaat yang dirasakan nasabah terhadap aplikasi BCA Mobile	13
Gambar 1.9 Promo saat membuka tabungan di BCA Mobile	14
Gambar 1.10 Pembayaran Asuransi melalui BCA Mobile	15
Gambar 1.11 Respon BCA terhadap setiap masukan dari nasabah	16
Gambar 1.12 Penghargaan terhadap BCA	17
Gambar 1.13 Halo BCA.....	18
Gambar 1.14 Ketentuan yang berlaku dalam <i>Mobile banking</i> BCA	19
Gambar 1.15 QRIS BCA Mobile.....	20
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu	46
Gambar 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	46
Gambar 2.3 Model Penelitian	56
Gambar 2.4 Bagan Alur Berpikir	57
Gambar 4.1 Logo BCA Mobile.....	81
Gambar 4.2 Responden berdasarkan usia	84
Gambar 4.3 Responden berdasarkan jenis kelamin	85
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas Customer Experience	119
Gambar 4.5 catterplot Uji Normalitas Customer loyalty	119
Gambar 4.6 catterplot Uji Normalitas Customer satisfaction	120
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Experience	122
Gambar 4.8 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer loyalty	122
Gambar 4.9 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer satisfaction	123
Gambar 4.10 Hasil Penelitian	141

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan aplikasi BCA Mobile & Pesaingnya	5
Tabel 3.1 Desain inti kuesioner.....	5
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan pengukuran variabel.....	6
Tabel 3.3 Rules of Thumb tentang Ukuran Koefisien Determinasi.....	7
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	84
Tabel 4.2 Responden berdasarkan usia	85
Tabel 4.3 Derajat penilaian setiap variabel	86
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	87
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	88
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer experience</i>	89
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>perceived value</i>	90
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>convenience</i>	91
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>functional quality</i>	92
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>service quality</i>	93
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>brand trust</i>	94
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap <i>customer employee engagement</i>	95
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap <i>perceived risk</i>	96
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap <i>perceived usability</i>	97
Tabel 4.15 Tanggapan Responden terhadap <i>digital banking innovation</i>	98
Tabel 4.16 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>customer loyalty</i>	99
Tabel 4.17 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>customer satisfaction</i>	100
Tabel 4.18 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>customer experience</i>	101
Tabel 4.19 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>perceived value</i> ...	102
Tabel 4.20 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>convenience</i>	103
Tabel 4.21 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>functional quality</i> .106	
Tabel 4.22 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>service quality</i>	107
Tabel 4.23 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>brand trust</i>	108
Tabel 4.24 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>customer employee engagement</i>	110
Tabel 4.25 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>perceived risk</i>	111
Tabel 4.26 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>perceived usability</i>	112
Tabel 4.27 Distribusi jawaban Responden terhadap variabel <i>digital banking innovation</i>	114
Tabel 4.28 Uji validitas Variabel <i>customer loyalty</i>	115
Tabel 4.29 Uji validitas Variabel <i>customer satisfaction</i>	115
Tabel 4.30 Uji validitas Variabel <i>customer experience</i>	115
Tabel 4.31 Uji validitas Variabel <i>perceived value</i>	115
Tabel 4.32 Uji validitas Variabel <i>convenience</i>	115
Tabel 4.33 Uji validitas Variabel <i>functional quality</i>	115
Tabel 4.34 Uji validitas Variabel <i>service quality</i>	115
Tabel 4.35 Uji validitas Variabel <i>brand trust</i>	115

Tabel 4.36 Uji validitas Variabel <i>customer employee engagement</i>	116
Tabel 4.37 Uji validitas Variabel <i>perceived risk</i>	116
Tabel 4.38 Uji validitas Variabel <i>perceived usability</i>	116
Tabel 4.39 Uji validitas Variabel <i>digital banking innovation</i>	117
Tabel 4.40 Uji Reliabilitas	117
Tabel 4.41 Uji <i>kolmogrov Smirnov</i>	118
Tabel 4.42 Nilai Tolerance dan Vif	121
Tabel 4.43 Spearman Test Correlation	123
Tabel 4.44 Hasil Uji Linearitas	124
Tabel 4.45 Hasil Uji Regresi Sederhana (CE*CS)	125
Tabel 4.46 Hasil Uji Regresi Berganda (PV,C,FQ,SQ,BT,CEE,PR,PU,DBI*CE)	127
Tabel 4.47 Hasil Uji Regresi Berganda (CE,CS*CL).....	131
Tabel 4.48 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	133
Tabel 4.49 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	133
Tabel 4.50 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	134
Tabel 4.51 Hasil Uji F.....	135
Tabel 4.52 Hasil Uji T	137
Tabel 4.53 Indikator Variabel <i>customer satisfaction</i>	159
Tabel 4.54 Indikator Variabel <i>customer expeiernce</i>	161
Tabel 4.55 Indikator Variabel <i>digital banking innovation</i>	163
Tabel 4.56 Indikator Variabel <i>perceived usability</i>	165
Tabel 4.57 Indikator Variabel <i>customer employee engagement</i>	167
Tabel 4.58 Indikator Variabel <i>perceived value</i>	168
Tabel 4.59 Indikator Variabel <i>service quality</i>	172
Tabel 4.60 Indikator Variabel <i>convenience</i>	174
Tabel 4.61 Indikator Variabel <i>Fucntional quality</i>	175
Tabel 4.62 Indikator Variabel <i>perceived risk</i>	177
Tabel 4.63 Indikator Variabel <i>Customer Loyalty</i>	179
Tabel 5.1 Implikasi Teoritias	197
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	211

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	B-1
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA	C-1
LAMPIRAN D: TURNITIN.....	D-1

