

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat dan kesehatan dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik untuk mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan juga saran serta segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA selaku executive director serta pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas PelitaHarapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M, CSMA,CDM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah membantu dan membimbing saya selama berkuliah di Universitas Pelita Hrapan Surabaya.
3. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M, CSMA, CDM selaku pembimbing pertama yang telah membantu saya dalam berbagai hal, membimbing dengan penuh

pengertian dan selalu meluangkan waktu. Serta memberi dorongan kepada saya dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan penelitian ini dari awal hingga selesai.

4. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, dan memberikan masukan-masukan, serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan proses penelitian ini.

5. Ibu Priskilla Napitupulu selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

6. Dosen penguji dua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.

7. Bapak Hananiel Mennoverdi Gunawan, BA, M.BA selaku dosen wali saya yang telah membantu, membimbing, dan memberikan masukan-masukan, serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan proses penelitian ini.

8. Averia Lana Benita Putri, anak cantik yang tidak pernah lelah, sabar, tabah dan tetap berjuang sampai akhir sehingga pada akhirnya penelitian ini dapat terselesaikan dengan semestinya serta tepat waktu.

9. Kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat serta dukungan, dan membantu dalam hal finansial sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

10. Keluarga besar saya yang telah mendukung dan menyemangati saya dalam mengerjakan tugas akhir kuliah saya.

11. Sahabat saya, Yemima Octavia, Maria Chrysilla Avissa, Margareta Sheila, Irine

Indah, Thalia Angelica, Sharon Oen, dan Josevany Keren yang telah mendukung dalam banyak hal di kehidupan saya dan mendoakan saya setiap hari sampai saat ini, hingga pada akhirnya penelitian saya dapat selesai dengan tepat waktu.

12. Teman saya, Tessa Tania, Derika Ciawi, Wulan Gandra, Greceawati, Clarissa, Natasya Eleanore, Mellyani Audiani. Pihak yang pernah terlibat namun tidak menetap AAS, FA, yang telah menyemangati, menemani dan membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, terutama dalam perihal format sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan semestinya serta tepat waktu.

13. Pihak-pihak yang telah pergi namun sempat membantu saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

14. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 27 Agustus 2021

(Averia Lana Benita Putri)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2. Batasan Masalah .....	16
1.3. Rumusan Masalah.....	17
1.4. Tujuan Penelitian .....	20
1.5. Manfaat Penelitian .....	23
1.6. Sistematika Penulisan .....	24
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>26</b>
2.1. Landasan Teori.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	44
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	48
2.3.1. Pengaruh Efficiency terhadap E-Satisfaction .....	48
2.3.2. Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	49
2.3.3. Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	50
2.3.4. Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	51
2.3.5. Pengaruh Reliability terhadap E-Satisfaction .....	53

2.3.6. Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	53
2.3.7. Pengaruh Emotional Benefit terhadap E-Satisfaction.....	55
2.3.8. Pengaruh <i>Emotional Benefit</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	56
2.3.9 Pengaruh Customer Service terhadap E-Satisfaction .....	57
2.3.10. Pengaruh Customer Service terhadap E-Trust.....	58
2.3.11. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	59
2.3.12. Pengaruh E-satisfaction terhadap Behavioural Loyalty.....	59
2.3.13. Pengaruh E-satisfaction terhadap Attitudinal Loyalty .....	60
2.3.14. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>Behavioural Loyalty</i> .....	62
2.3.15. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>Attitudinal Loyalty</i> .....	63
2.3.16. Pengaruh Behavioural Loyalty terhadap Attitudinal Loyalty ....	64
2.4. Model Penelitian.....	65
2.5. Bagan Alur Berpikir .....	66
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>69</b>
3.1. Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	69
3.2. Populasi dan Sampel. ....	71
3.2.2. Sampel.....	72
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	74
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	77
3.5. Metode Analisis Data .....	80
3.5.1. Pengolahan Data .....	80
3.5.2. Pengujian Hipotesis .....	81
3.5.2.1. Uji Validitas .....	82
3.5.2.2. Uji Reliabilitas .....	83
3.5.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	83
3.5.2.4. Analisis Linear Regresi Sederhana (Simple Regression) .....	86
3.5.2.5. Analisis Linear Regresi Berganda (Multiple Regression) .....	87
3.5.2.6. Koefisien Korelasi (R) .....	90
3.5.2.7. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	90

3.5.2.8. Uji F .....	91
3.5.2.9. Uji T .....	92
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>93</b>
4.1. Gambaran umum Moodle dan Microsoft Teams .....	93
4.2. Analisis Data .....	94
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	94
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	94
4.2.1.3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	95
4.2.1.4 Tanggapan Responden .....	96
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel .....	107
4.2.2.1. Penjelasan responden terhadap variabel <i>Attitudinal Loyalty</i> .....	107
4.2.2.2. Penjelasan responden terhadap variabel <i>Behavioural loyalty</i> .....	108
4.2.2.3. Penjelasan responden terhadap variabel <i>E – Satisfaction</i> .....	109
4.2.2.4. Penjelasan responden terhadap variabel <i>E-Trust</i> .....	111
4.2.2.6 Penjelasan responden terhadap variabel <i>Privacy</i> .....	114
4.2.2.7. Penjelasan responden terhadap variabel <i>Reliability</i> ....	116
4.2.2.8 Penjelasan responden terhadap variabel <i>Emotional Benefit</i> .....	117
4.2.2.9 penjelasan responden terhadap variabel <i>Customer Service</i> .....	118
4.2.3. Uji Validitas .....	120
4.2.4 Uji Reliabilitas .....	121
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik.....	123
4.2.5.1 Uji Normalitas.....	123
4.2.5.2 Uji Heterokedastisitas .....	126
4.2.5.3. Uji Asumsi Multikolinearitas.....	130
4.2.5.4 Uji Asumsi Linearitas .....	131
4.3. Metode Analisis Statistika .....	133
4.3.1. Analisis Regresi .....	133

4.3.1.1. Analisis Regresi Berganda.....	133
4.3.2. Analisis Koefisien Regresi Berganda .....	144
4.3.4. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	145
4.4 Metode Pengujian Hipotesis .....	147
4.4.1 Uji Signifikansi Simultasi (UJI F) .....	147
4.4.2 Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	148
4.5 Pembahasan.....	152
5.1 Simpulan .....	199
5.1.1 Simpulan atas hipotesis.....	200
5.1.1.1 Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	200
5.1.1.2 Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	200
5.1.1.3. Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	201
5.1.1.4. Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	203
5.1.1.5. Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	203
5.1.1.6. Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	204
5.1.1.7. Pengaruh <i>Emotional Benefit</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	205
5.1.1.8 . Pengaruh <i>Emotional Benefit</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	206
5.1.1.9. Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	206
5.1.1.10. Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	207
5.1.1.11. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	208
5.1.1.12. Pengaruh <i>E-satisfaction</i> terhadap Behavioural Loyalty.....	209
5.1.1.13. Pengaruh <i>E-satisfaction</i> terhadap Attitudinal Loyalty .....	210
5.1.1.14. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap Behavioural Loyalty .....	211
5.1.1.15. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap Attitudinal Loyalty.....	211
5.1.1.16. Pengaruh Behavioural Loyalty terhadap Attitudinal Loyalty	212
5.2 Implikasi .....	213
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	213
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	215
5.3 Rekomendasi.....	221
DAFTAR PUSTAKA .....	223



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.4 Tampilan <i>Homepage</i> Microsoft Teams di Android dan Apple <i>Phone</i> .....	8
Gambar 1.7 Rating Penggunaan Microsoft Teams .....	9
Gambar 1.11 Organisasi Yang Menggunakan Teams Sebagai Sarana Rapat..	10
Gambar 1.13 Teknologi <i>Share Screen</i> dan Terdapat Lebih Dari 10 <i>Participant</i> .....	11
Gambar 1.14 Kemudahan Akses Aplikasi lain di Microsoft Teams .....	11
Gambar 1.18. Fitur <i>Do Not Disturb</i> dan <i>Blocked</i> .....	12
Gambar 1.20 Fitur chat .....	13
Gambar 1.22 Tampilan Feed Yang Tertata Sesuai Waktu Terakhir Kegiatan Yang Dijalankan .....	14
Gambar 1.23 Tampilan <i>Room</i> Microsoft Teams .....	14
Gambar 1.25 Fitur Help.....	15
Gambar 1.26 Halaman bantuan untuk Microsoft Teams .....	15
Gambar 2.1 Model Hasil Penelitian Terdahulu.....	46
Gambar 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	46
Gambar 2.3. Model Penelitian.....	65
Gambar 2.4 Bagan Alur Berpikir .....	68
Gambar 4.2 Logo Microsoft Teams .....	93
Gambar 4.8 P-Plot Uji Normalitas <i>E-Satisfaction</i> Microsoft Teams .....	124
Gambar 4.10 P-Plot Uji Normalitas <i>E-Trust</i> Microsoft Teams.....	125
Gambar 4.12 P-Plot Uji Normalitas <i>Behavioural Loyalty</i> Microsoft Teams .	125
Gambar 4.14 P-Plot Uji Normalitas <i>Attitudinal Loyalty</i> Microsoft Teams....	126
Gambar 4.16. Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>E- Satisfaction</i> Microsoft Teams.....	127
Gambar 4.18. Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>E- Trust</i> Microsoft Teams.	127
Gambar 4.20. <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>E- Trust</i> Microsoft Teams	128



Gambar 4.24. Scatterplot Uji Heterokedastisitas *Attitudinal Loyalty* Microsoft Teams ..... 128

Gambar 4.25 Hasil Penelitian Microsoft Teams ..... 152



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lima Universitas Swasta Terbaik di Surabaya yang Menggunakan Sistem <i>Synchronous</i> dan <i>Asynchronous</i> untuk Pembelajaran <i>Daring</i> ..	3
Tabel 1.2 Pesaing Microsoft Teams .....	6
Table 4.2 Responden berdasar Jenis Kelamin Microsoft Teams .....	94
Tabel 3.2. Desain Inti Kuesioner <i>synchronous</i> Microsoft Teams .....	75
Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel .....	77
Tabel 3.4. Rules Of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi .....	91
Table 4.2 Responden berdasar Jenis Kelamin Microsoft Teams .....	94
Table 4.4 Gambaran Umum Responden Usia Microsoft Teams.....	96
Table 4.5 Derajat penilaian setiap variabel .....	97
Table 4.7 Tanggapan responden terhadap <i>Attitudinal loyalty</i> Microsoft Teams .....	97
Table 4.15 Tanggapan responden terhadap <i>Efficiency</i> Microsoft Teams.....	101
Tabel 4.22 Tanggapan responden terhadap <i>Emotional Benefit</i> Microsoft Teams.....	105
Tabel 4.23 Tanggapan responden terhadap <i>Customer Service</i> Microsoft Teams .....	106
Table 4.25 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Attitudinal Loyalty</i> Microsoft Teams .....	107
Table 4.29 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>E -Satisfaction</i> Microsoft Teams .....	109
Table 4.31 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>E-trust</i> Microsoft Teams .....	111
Table 4.33 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Efficiency</i> Microsoft Teams .....	112
Table 4.35 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Privacy</i> Microsoft Teams .....	114
Table 4.37 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Reliabilty</i> Microsoft Teams .....	116

Table 4.39 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Emotional Benefit</i> Microsoft Teams .....	117
Table 4.41 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Service</i> Microsoft Teams .....	118
Table 4.43 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attitudinal Loyalty</i> Microsoft Teams .....	120
Table 4.45 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Behavioural Loyalty</i> Microsoft Teams .....	120
Table 4.47 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Satisfaction</i> Microsoft Teams .....	120
Table 4.49 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Trust</i> Microsoft Teams .....	120
Table 4.51 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Efficiency</i> Microsoft Teams .....	120
Table 4.53 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Privacy</i> Microsoft Teams .....	121
Table 4.55 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Reliability</i> Microsoft Teams .....	121
Table 4.57 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Emotional Benefit</i> Microsoft Teams .....	121
Table 4.60 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Service</i> Microsoft Teams .....	121
Tabel 4.62 Hasil Uji Reliabilitas <i>Attitudinal Loyalty</i> Microsoft Teams .....	121
Tabel 4.64 Hasil Uji Reliabilitas <i>Behavioral Loyalty</i> Microsoft Teams .....	121
Tabel 4.66 Hasil Uji Reliabilitas <i>E – Satisfaction</i> Microsoft Teams .....	122
Tabel 4.68 Hasil Uji Reliabilitas <i>E -Trust</i> Microsoft Teams .....	122
Tabel 4.70 Hasil Uji Reliabilitas <i>Efficiency</i> Microsoft Teams .....	122
Tabel 4.72 Hasil Uji Reliabilitas <i>Privacy</i> Microsoft Teams .....	122
Tabel 4.74 Hasil Uji Reliabilitas <i>Reliability</i> Microsoft Teams .....	122
Tabel 4.76 Hasil Uji Reliabilitas <i>Emotional Benefit</i> Microsoft Teams .....	122
Tabel 4.78 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Service</i> Microsoft Teams .....	122
Tabel 4.80 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S) Microsoft Teams .....	123
Tabel 4.82 Uji Spearman’s ES*E, P, R, EB, CS, ET Microsoft Teams .....	128
Tabel 4.86 Uji Spearman’s BL*ES, ET Microsoft Teams .....	129
Tabel 4.88 Uji Spearman’s AL*ES, ET, BL Microsoft Teams .....	130
Tabel 4.90 Nilai Tolerance dan VIF Microsoft Teams .....	130
Tabel 4.90 Hasil Uji Linearitas Moodle dan Microsoft Teams .....	131
Tabel 4.94 Hasil Uji Regresi Berganda (ET*E, P, R, EB, CS) Microsoft Teams .....	137

Tabel 4.96 Hasil Uji Regresi Berganda (BL*ES, ET) Microsoft Teams .....	140
Tabel 4.98 Hasil Uji Regresi Berganda (AL*ES, ET) Microsoft Teams .....	142
Tabel 4.100 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ) Microsoft Teams .	145
Tabel 4.102 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ) Microsoft Teams .	146
Tabel 4.104 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ) Microsoft Teams .	146
Tabel 4.106 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ) Microsoft Teams .	146
Tabel 4.108 Hasil Uji F Microsoft Teams .....	147
Tabel 4.110 Hasil Uji T Microsoft Teams .....	149
Tabel 4.112 indikator Variabel Attitudinal Loyalty Microsoft Teams .....	180
Tabel 4.114 indikator Variabel Behavioural Loyalty Microsoft Teams .....	182
Tabel 4.116 indikator Variabel E-Satisfaction Microsoft Teams .....	184
Tabel 4.118 indikator Variabel E-Trust Microsoft Teams .....	186
Tabel 4.120 indikator Variabel Efficiency Microsoft Teams .....	188
Tabel 4.122 indikator Variabel Privacy Microsoft Teams .....	190
Tabel 4.124 indikator Variabel Reliability Microsoft Teams .....	192
Tabel 4.126 indikator Variabel Emotional Benefit Microsoft Teams .....	194
Tabel 4.125 indikator Variabel Customer Service Microsoft Teams .....	195
Tabel 5.2 Implikasi Teoritis Microsoft Teams .....	213
Tabel 5.3 Implikasi Manajerial .....	219

## DAFTAR LAMPIRAN

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

