

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan hikmat serta kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya tugas akhir di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini. Penulis meyakini bahwa penyajian dan pelangganan kata-kata maupun bahasa pada penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati dan dengan harapan penulis bisa mendapatkan saran, kritik, serta semua bentuk arahan dari berbagai pihak untuk perbaikan studi kasus ini.

Dengan kesempatan yang diberikan, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu, mendorong serta mendukung dari awal hingga berakhirnya penulisan karya tugas akhir ini. Ucapan terima kasih ini dengan penuh ketulusan ditujukan kepada :

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA., CDM., PMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA selaku ketua jurusan program studi manajemen Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
3. Bapak Hananiel M Gunawan, BA., MBA, selaku dosen manajemen dan sebagai pembimbing utama penulis. Terima Kasih sudah mencurahkan banyak waktu, pikiran dan perhatian serta membantu banyak sekali hal bagi penulis selama proses perkuliahan.
4. Bapak William Santoso, S.E., M.AK., selaku pembimbing kedua yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan serta telah membantu dan memberikan saran dalam penyelesaian penelitian ini.

5. Ibu Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M., selaku penguji proposal dan siding akhir. Terima kasih atas dukungan, masukan serta pelajaran dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
6. Seluruh staff program studi Pra Sarjana Strata satu jurusan manajemen karena telah menyediakan segala sesuatu yang mahasiswa butuhkan dalam proses belajar mengajar.
7. Keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan, mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Terlebih khusus membantu dalam hal finansial penulis selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman seangkatan, terima kasih pengalamannya semua yang kalian berikan begitu indah.
9. Terimakasih kepada Tiara, Angel, Belina, Putri, Nia, Stef, Clod, Julia, Fili, Mam Lingky, Danson, Ando, Jacob, Henry, Eki, Andrew, Flora, Emily, Ayen, Prav, Tim Falcons UPH kampus Surabaya, yang telah memberikan hari-hari yang penuh suka maupun *bullying* bagi penulis dan memberikan dukungan selama proses penulisan skripsi.
10. Terimakasih kepada Daniel Christian Yulianto sebagai penyemangat serta motivator pribadi, yang tanpa henti selalu memberikan dukungan dan doa serta kasih yang tulus ikhlas kepada penulis.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantupenulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
12. *Last but not least, to all my beloved friend, wherever you are please always remember that I will forever be the one who pull you up when*

*everybody pushed you down. WE DID IT!!!!!!!*

Penulis tidak dapat membalas semua dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus yang sudah membantu saya selain doa yang tak dapat terucap. Semoga studi kasus ini bisa memberikan manfaat dan dampak yang baik terutama bagi penulis maupun pihak-pihak yang memiliki kepentingan menyangkut topik yang diangkat. Segala saran serta kritik terhadap karya studi kasus ini akan sangat diperlukan guna penyempurnaan kedepannya.

Surabaya, 24 Agustus 2021



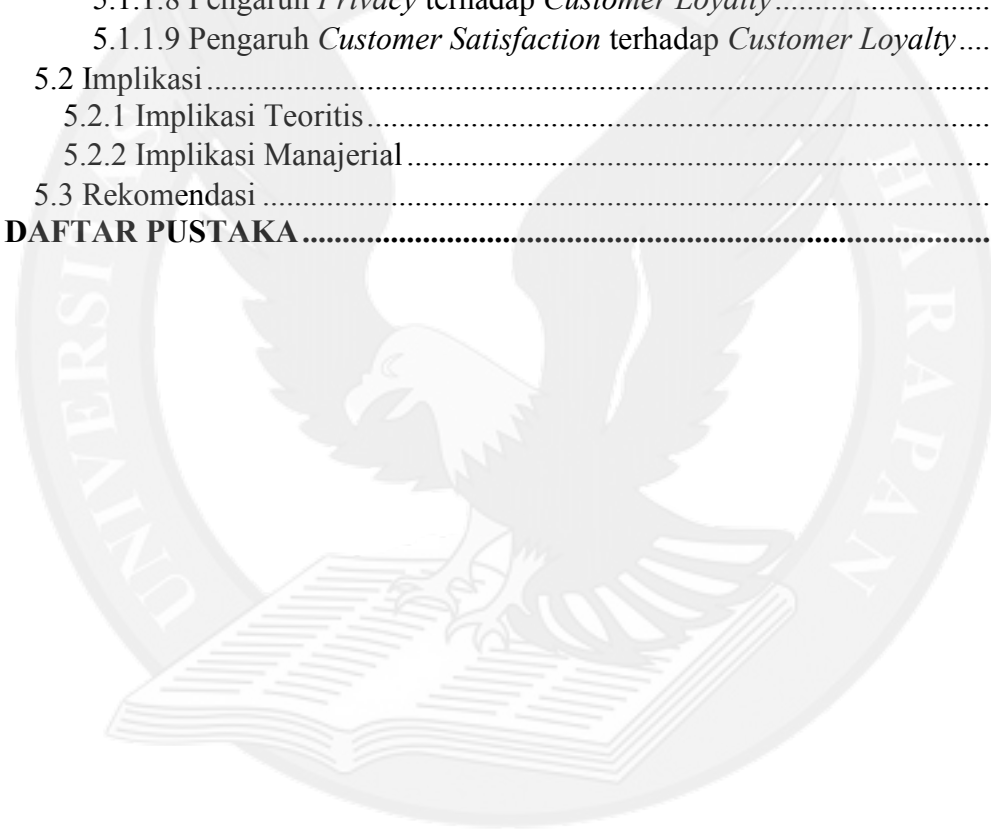
(Chelsea Nadia Darotong)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	15
1.3 Rumusan Masalah .....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.5.1 Manfaat Penelitian Secara Teoritis .....	19
1.5.2 Manfaat Penelitian Secara Praktis .....	19
1.6 Sistematika Penelitian .....	20
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...</b>	<b>22</b>
2.1 Landasan Teori .....	22
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	22
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	25
2.1.3 <i>Efficiency</i> .....	26
2.1.4 <i>Requirement Fulfillment</i> .....	28
2.1.5 <i>System Accessibility</i> .....	29
2.1.6 <i>Privacy</i> .....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	32
2.3.1 Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	32
2.3.2 Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	33
2.3.3 Pengaruh <i>Requirement Fulfillment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ....	34
2.3.4 Pengaruh <i>Requirement Fulfillment</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	35
2.3.5 Pengaruh <i>System Accessibility</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	36
2.3.6 Pengaruh <i>System Accessibility</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	37
2.3.7 Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	38
2.3.8 Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	39
2.3.9 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	40
2.4 Model Penelitian.....	42
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	43
<b>BAB III: METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	45
3.1.1 Jenis Penelitian .....	45

3.1.2 Jenis Data .....	46
3.2 Populasi dan Sampel .....	46
3.2.1 Populasi .....	46
3.2.2 Sampel .....	47
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	49
3.5 Metode Analisis Data .....	52
3.5.1 Pengolahan Data .....	52
3.5.2 Pengujian Hipotesis .....	52
3.5.2.1 Uji Validitas .....	53
3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	54
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	54
3.5.2.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60
3.5.2.7 Uji F .....	60
3.5.2.8 Uji t .....	61
<b>BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Gambaran Umum Traveloka .....	62
4.2 Analisis Data .....	63
4.2.1 Statistika Deskriptif .....	63
4.2.1.1 Karakteristik Responden .....	63
4.2.1.2 Gambaran Umum Reponden Berdasarkan Usia .....	64
4.2.1.2 Gambaran Umum Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
4.2.1.2 Tanggapan Responden .....	65
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	73
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	73
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	75
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Efficiency</i> .....	76
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Requirement Fulfillment</i> .....	78
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Privacy</i> .....	80
4.2.3 Uji Validitas .....	81
4.2.4 Uji Reliabilitas .....	83
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi .....	84
4.2.5.1 Uji Normalitas .....	84
4.2.5.2 Uji Heterokedastisitas .....	86
4.2.5.3 Uji Asumsi Multikolinearitas .....	88
4.2.5.4 Uji Asumsi Linearitas .....	90
4.3 Metode Analisis Statistika .....	90
4.3.1 Analisis Regresi .....	90
4.3.1.1 Analisis Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> ) .....	90
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi .....	95
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Berganda .....	95
4.3.2.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	95
4.4 Metode Pengujian Hipotesis .....	96
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	96
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji T) .....	97

4.5 Pembahasan .....	101
<b>BAB V: KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>128</b>
5.1 Simpulan.....	128
5.1.1 Kesimpulan atas Hipotesis.....	129
5.1.1.1 Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	129
5.1.1.2 Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	130
5.1.1.3 Pengaruh <i>Requirement Fulfillment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> 131	
5.1.1.4 Pengaruh <i>Requirement Fulfillment</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	132
5.1.1.5 Pengaruh <i>System Accessibility</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	133
5.1.1.6 Pengaruh <i>System Accessibility</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	134
5.1.1.7 Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	135
5.1.1.8 Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	135
5.1.1.9 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	136
5.2 Implikasi .....	137
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	137
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	138
5.3 Rekomendasi .....	147
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>149</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pelanggan Internet Tahun 2019- 2020 di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Data Pelanggan Internet Melalui <i>Smartphone</i> tahun 2020.....	3
Gambar 1.3 Data Pelanggan Internet <i>Electronic Devices</i> Tahun 2015-2020.....	3
Gambar 1. 4 <i>Official</i> Logo Perusahaan Traveloka.....	6
Gambar 1. 5 Data Toko <i>Online</i> Paling sering digunakan Tahun 2019-2020.....	7
Gambar 1. 6 Data Jumlah Pelanggan Reservasi Hotel 2020 lewat Travel Agent... 8	
Gambar 1. 7 <i>Ratings &amp; Review</i> Aplikasi Traveloka .....	10
Gambar 1. 8 Halaman Awal Aplikasi Traveloka .....	11
Gambar 1. 9 Review Aplikasi Traveloka dalam Pemenuhan Pemesanan .....	12
Gambar 1. 10 Review Aplikasi Traveloka dalam <i>System Accessibility</i> .....	13
Gambar 1. 11 Data Informasi Keamanan Pada Aplikasi Traveloka .....	14
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	42
Gambar 2. 2 Bagan Alur Berpikir .....	44
Gambar 4 1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	64
Gambar 4 2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	65
Gambar 4.3: P-Plot Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	85
Gambar 4.4: P-Plot Uji Normalitas <i>Customer Loyalty</i> .....	86
Gambar 4.5: Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	87
Gambar 4.6: Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Loyalty</i> .....	87
Gambar 4.7 Hasil Penelitian .....	101



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Travel App di Indonesia per Maret 2020 .....	8
Tabel 3. 1 Desain inti kuisisioner .....	50
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	51
Tabel 3. 3 <i>Rules of Thumb</i> Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi .....	60
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	66
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	66
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	68
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Efficiency</i> .....	69
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Requirement Fulfillment</i> .....	70
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>System Accessibility</i> .....	71
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Privacy</i> .....	72
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	73
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	75
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Efficiency</i> .....	76
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Requirement Fulfillment</i> ....	78
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>System Accessibility</i> .....	79
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Privacy</i> .....	80
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Efficiency</i> .....	82
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Requirement Fulfillment</i> .....	82
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>System Accessibility</i> .....	82
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Privacy</i> .....	82
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	82
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	82
Tabel 4.22 Hasil Uji Reabilitas <i>Efficiency</i> .....	83
Tabel 4.23 Hasil Uji Reabilitas <i>System Accessibility</i> .....	83
Tabel 4.24 Hasil Uji Reabilitas <i>Privacy</i> .....	83
Tabel 4.25 Hasil Uji Reabilitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	83
Tabel 4.26 Hasil Uji Reabilitas <i>Customer Loyalty</i> .....	84



Tabel 4.27 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov (K-S).....	84
Tabel 4.28 Uji <i>Spearsman's I</i> .....	88
Tabel 4.29 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF .....	88
Tabel 4.30 Hasil Uji Linearitas .....	90
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Berganda (E, RF, SA, P*CS) .....	91
Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi Berganda (E, RF, SA, P, CS*CL) .....	93
Tabel 4.33 Nilai Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ).....	95
Tabel 4.34 Nilai Analisis Koefisien Determinasi 2 ( $R^2$ ).....	96
Tabel 4.35 Hasil Uji-F.....	97
Tabel 4.36 Hasil Uji T.....	98
Tabel 4.37 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	116
Tabel 4.38 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	119
Tabel 4.39 Tanggapan Responden terhadap <i>Efficiency</i> .....	121
Tabel 4.40 Tanggapan Responden terhadap <i>Requirement Fulfillment</i> .....	122
Tabel 4.41 Tanggapan Responden terhadap <i>System Accessibility</i> .....	124
Tabel 4.42 Tanggapan Responden terhadap <i>Privacy</i> .....	125
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis .....	137
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial .....	144

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER .....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUISIONER.....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN .....	D-1

