

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan hikmat dan penyertaan selama menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya 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 terselesainya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M, CSMA, CDM selaku *executive director* UPH Surabaya dan dosen pengajar yang telah membantu saya dalam banyak hal selama saya berkuliah di UPH Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA selaku Kepala Jurusan Manajemen UPH Surabaya, dosen pengajar, dan dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada saya dalam penyelesaian penelitian ini.
3. Ibu Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan masukan dan arahan kepada saya dalam penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M., selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. Bapak Hananiel Mennoverdi Gunawan, BA, M.BA selaku pembimbing akademik yang telah membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya.
6. Keluarga saya, yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya dalam menyelesaikan studi saya.
7. Teman-teman dan sahabat terbaik saya, Andrew Benjamin, Joram Wahyu Putra, Celia Devita Iskandar, Christy Cia, Yesica Tanring, Evando Harlan, David Setiawan, Niko Setiawan, Marvin Abraham, Alfin Aditya, Tania Nano, Yehezkiel Kharis, Daniel Christian, Priscilla Cicillia, Muhammad Syahfarizky, Andrew Paath dan Greceawati, sudah membantu banyak hal dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.
8. Grup-grup I'm Sorry, Anak Tuhan, Gowes Kuy - Kuy, UPH 2018B, IBM 2018, Sobat Ambyar, Wong Gendeng dan lain-lain yang telah membantu dalam memberikan semangat dan informasi penting yang berhubungan dengan penelitian ini.
9. 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, 24 Agustus 2021



Michael Sabatinus Cahyono

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	i
IDENTITAS TIM PENGUJI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Customer Loyalty	16
2.1.2 Customer Satisfaction	18
2.1.3 <i>Online</i> Shopping Experience.....	19
2.1.4 Customer Service	21
2.1.5 External Incentives	23
2.1.6 Privacy.....	25

2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis	27
2.3.1 Pengaruh <i>Online Shopping Experience</i> terhadap Customer Satisfaction	27
2.3.2 Pengaruh Customer Service terhadap Customer Satisfaction	28
2.3.3 Pengaruh External Incentives terhadap Customer Satisfaction	29
2.3.4 Pengaruh Privacy terhadap Customer Satisfaction	29
2.3.5 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	30
2.4 Model Penelitian	31
2.5 Bagan Alur Berpikir	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.1.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel	35
3.3 Metode Pengumpulan Data	37
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	37
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.4.1 Definisi Operasional.....	39
3.4.2 Pengukuran Variabel	43
3.5 Metode Analisa Data	43
3.6 Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Tokopedia	54
4.2 Data	55
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	55

4.2.1.1 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Loyalty	58
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Satisfaction	60
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Online</i> Shopping Experience	62
4.2.1.4 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Service	64
4.2.1.5 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel External Incentives	66
4.2.1.6 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Privacy	70
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	72
4.2.2.1 Uji Validitas	72
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	73
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas	74
4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik Regresi Heterokedastisitas	76
4.2.2.5 Uji Asumsi Klasik Regresi Linearitas.....	78
4.2.2.6 Uji Asumsi Klasik Regresi Multikolinearitas	78
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
4.2.3.1 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Online</i> Shopping Experience, Customer Services, External Incentives dan Privacy terhadap Customer Satisfaction.....	79
4.2.3.2 Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	82
4.3 Pengujian Hipotesis.....	84
4.3.1 Pengujian Hipotesis (H1)	85
4.3.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	86
4.3.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3).....	86
4.3.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	87

4.3.5 Pengujian Hipotesis 5 (H)	88
4.4 Pembahasan	89
BAB V KESIMPULAN.....	114
5.1 Simpulan.....	114
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	114
5.1.1.1 Pengaruh <i>Online</i> Shopping Experience terhadap Customer Satisfaction	114
5.1.1.2 Pengaruh Customer Service terhadap Customer Satisfaction	116
5.1.1.3 Pengaruh External Incentives terhadap Customer Satisfaction	117
5.1.1.4 Pengaruh Privacy terhadap Customer Satisfaction ...	118
5.1.1.5 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	119
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	120
5.2 Implikasi.....	120
5.2.1 Implikasi Teoritis	120
5.2.2 Implikasi Manajerial	121
5.3 Rekomendasi	127
DAFTAR PUSTAKA	128
KUESIONER PENELITIAN.....	A-1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2	4
Gambar 1.3	4
Gambar 1.4	6
Gambar 1.5	6
Gambar 1.6	7
Gambar 1.7	8
Gambar 1.8	9
Gambar 1.9	10
Gambar 2.1	31
Gambar 4.1	55
Gambar 4.2	56
Gambar 4.3	57
Gambar 4.4	75
Gambar 4.5	75
Gambar 4.6	77
Gambar 4.7	77
Gambar 4.8	91

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	39
Tabel 3.2.....	39
Tabel 3.3.....	51
Tabel 4.1.....	56
Tabel 4.2.....	56
Tabel 4.3.....	58
Tabel 4.4.....	58
Tabel 4.5.....	61
Tabel 4.6.....	62
Tabel 4.7.....	65
Tabel 4.8.....	66
Tabel 4.9.....	71
Tabel 4.10.....	72
Tabel 4.11.....	73
Tabel 4.12.....	74
Tabel 4.13.....	76
Tabel 4.14.....	78
Tabel 4.15.....	79
Tabel 4.16.....	79
Tabel 4.17.....	82
Tabel 4.18.....	84
Tabel 4.19.....	95
Tabel 4.20.....	98
Tabel 4.21.....	100
Tabel 4.22.....	106
Tabel 4.23.....	108
Tabel 4.24.....	110

Tabel 5.1..... 121
Tabel 5.2..... 125



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER PENELITIAN	A-1
LAMPIRAN B :	B-1
LAMPIRAN C :	C-1
LAMPIRAN D :	D-1

