

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera,

Pertama-tama puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena selalu memberikan hikmat dan kebijaksanaan kepada kita, semua itu hanya karena kasih dan karunia-Nya, sehingga membuat penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu. Penulisan tugas akhir yang memiliki judul “Analisis variabel-variabel yang memengaruhi *Customer Experience*, *Customer Satisfaction*, dan pada akhirnya *Customer Loyalty* pada pengguna aplikasi *OCTO Mobile* di Surabaya” ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Selain itu, penulis juga berharap bahwa hasil dari tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Penulis juga menyadari bahwa dalam pengungkapan, penyajian, dan tata bahasa masih memiliki kekurangan dan jauhnya dari kesempurnaan dalam pengerjaan tugas akhir ini. Maka dari itu dengan kerendahan hati penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak yang dapat membangun penulis terima untuk membantu menyempurnakan dan menjadi perbaikan untuk tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesainya penelitian ini hingga akhir. Adapun ucapan terima kasih ini ingin khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku *Executive Director* dan *Associate Dean* yang membantu saya selama masa perkuliahan

selama saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang membantu saya selama masa perkuliahan saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
3. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku dosen pembimbing pertama yang telah membimbing, memberi perhatian, waktu dan dorongan untuk tetap semangat terus dalam mengerjakan apapun kepada saya mulai dari awal perkuliahan hingga proses pengerjaan tugas akhir ini hingga dapat selesai.
4. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah membantu, membimbing, memberikan saran, dan waktu kepada saya untuk dapat tetap semangat selalu dan dapat menyelesaikan proses perkuliahan hingga tugas akhir saat ini.
5. Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M, selaku dosen penguji pertama saya yang juga membantu memberikan masukan kepada saya untuk memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini.
6. Papa dan Mama saya yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan semangat serta membantu dalam hal finansial sehingga penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
7. Kakak saya yang juga selalu membantu banyak hal dan menyemangati dalam kehidupan saya hingga saat ini
8. Ariel Kirana Tando, pacar saya yang telah banyak membantu setiap saat saya dalam mengerjakan skripsi malam hingga pagi, menyemangati agar tetap terus fokus, mengoreksi, dan memenuhi jika masih ada kekurangan dalam skripsi, mendoakan serta membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang sedang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita

Harapan Kampus Surabaya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan cepat dan baik.

9. Teman-teman saya yang senantiasa membantu saya meskipun saya banyak bertanya kepada mereka, seperti Christine, Angeline, dan Jessica. Sehingga dalam penelitian ini dapat terselesaikan.
10. 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, pacar dan teman-teman yang tertulis di atas. Semoga penelitian ini dapat berguna terutama bagi pribadi penulis dan juga pihak lain yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran mengenai penelitian ini pastinya akan amat sangat membantu bagi penyempurnaan selanjutnya

Surabaya, 20 November 2022



Angelina Christine Ventura Go

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	22
1.3 Rumusan Masalah	23
1.4 Tujuan Penelitian	24
1.5 Manfaat Penelitian.....	26
1.5.1 Manfaat Teoritis	26
1.5.2 Manfaat Praktis	26
1.6 Sistematika Penulisan.....	27
BAB II	29
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	29
2.1 Landasan Teori	29
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	29
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.1.3 <i>Customer Experience</i>	32
2.1.4 <i>Perceived Value</i>	34
2.1.5 <i>Convenience</i>	35
2.1.6 <i>Functional Quality</i>	36
2.1.7 <i>Service Quality</i>	38
2.1.8 <i>Brand Image</i>	39

2.1.9	<i>Customer Employee Engagement</i>	40
2.1.10	<i>Perceived Risk</i>	42
2.1.11	<i>Perceived Usability</i>	43
2.1.12	<i>Digital Banking Innovation</i>	44
2.2	Penelitian Terdahulu.....	45
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	48
2.3.1	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	48
2.3.2	Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	49
2.3.3	Pengaruh <i>Functional Quality</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	50
2.3.4	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	50
2.3.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	51
2.3.6	Pengaruh <i>Customer Employee Engagement</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	52
2.3.7	Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	52
2.3.8	Pengaruh <i>Perceived Usability</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	53
2.3.9	Pengaruh <i>Digital Banking Innovation</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	54
2.3.10	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	54
2.3.11	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	55
2.3.12	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	56
2.4	Model Penelitian.....	57
2.5	Bagian Alur Berpikir	58
BAB III		61
METODOLOGI PENELITIAN		61
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data	61
3.1.1	Jenis Penelitian.....	61
3.1.2	Jenis Data	62
3.2	Populasi dan Sampel.....	63
3.2.1	Populasi.....	63
3.2.2	Sampel.....	64
3.3	Metode Pengumpulan Data	65
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	70
3.5	Metode Analisis Data	73
3.5.1	Pengolahan Data.....	73

3.5.3	Uji Validitas	74
3.5.3.1	Uji Reliabilitas	75
3.5.3.2	Uji Asumsi Klasik	76
3.5.3.3	Analisis Linear Regresi Sederhana (<i>Simple Regression</i>).....	80
3.5.3.4	Analisis Linear Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>).....	80
3.5.3.5	Koefisien Korelasi (R)	83
3.5.3.6	Koefisien Korelasi (R^2)	84
3.5.3.7	Uji F	84
3.5.3.8	Uji T	85
BAB IV	86
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	86
4.1	Gambaran Umum <i>OCTO Mobile</i>	86
4.2	Analisa Data	87
4.2.1	Analisis Deskriptif	87
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	104
4.2.3	Uji Validitas	124
4.2.4	Uji Reliability.....	125
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	126
4.3	Metode Analisis Statistik.....	135
4.3.1	Analisis Regresi	135
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi	143
4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	144
4.4	Metode Pengujian Hipotesis.....	145
4.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	145
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	146
4.5	Pembahasan	151
BAB V	192
KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	192
5.1	Kesimpulan.....	192
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	193
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	205
5.2	Implikasi	206
5.2.1	Implikasi Teoritis	206
5.2.2	Implikasi Manajerial	208

5.3	Rekomendasi	219
DAFTAR PUSTAKA		221
LAMPIRAN A: KUESIONER		A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUISIONER.....		B-1
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA.....		C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN.....		D-1



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet Indonesia Terbanyak Peringkat Ke-3 Terbanyak di Asia	3
Gambar 1.2 Logo CIMB Niaga.....	6
Gambar 1.3 Tampilan Aplikasi OCTO Mobile Pada Situs Unduhan.....	7
Gambar 1.4 Tampilan Pembukaan Rekening Melalui Aplikasi OCTO Mobile.....	8
Gambar 1.5 Tampilan Aplikasi OCTO Mobile by CIMB Niaga.....	9
Gambar 1.6 Nilai Ulasan OCTO Mobile Pada Playstore	12
Gambar 1.7 Ulasan Para Pengguna OCTO Mobile Pada Playstore	13
Gambar 1.8 Review Manfaat Dari Pengguna OCTO Mobile Pada Playstore	14
Gambar 1.9 Fitur Bebas Biaya 60 kali Sebulan Dari OCTO Mobile.....	15
Gambar 1.10 Gambar 1.10 Menu Travel Concierge Pada Aplikasi OCTO Mobile	16
Gambar 1.11 Penilaian Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi OCTO Mobile	17
Gambar 1.12 Penghargaan Yang Diraih Bank CIMB Niaga.....	18
Gambar 1.13 Layanan Pelanggan Pada Aplikasi OCTO Mobile	19
Gambar 1.14 Ketentuan dan Persyaratan Pada Aplikasi OCTO Mobile.....	20
Gambar 1.15 Fitur Scan QRIS Pada Aplikasi OCTO Mobile	22
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu.....	46
Gambar 2.2 Hasil penelitian terdahulu	47
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	47
Gambar 2.4 Bagan Alur Berpikir	60
Gambar 4.1 Logo <i>OCTO Mobile</i>	86
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	89
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Experience</i>	128
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Loyalty</i>	129
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	130
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Experience</i>	132
Gambar 4. 8 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Loyalty</i>	132
Gambar 4. 9 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Satisfaction</i>	133

Gambar 4.10 Hasil Penelitian.....151
Gambar 4.11 Model Penelitian (Hasil).....153



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Aplikasi OCTO Mobile dan Pesaing Lainnya	11
Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner.....	68
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	70
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	83
Tabel 3.4 Rules of Thumb tentang ukuran Koefisien Determinasi	84
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	89
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	91
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	92
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	93
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Experience</i>	94
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Value</i>	95
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Convenience</i>	96
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Functional Quality</i>	97
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	98
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Image</i>	99
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Employee Engagement</i> .	101
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Risk</i>	102
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Usability</i>	103
Tabel 4.15 Tanggapan Responden terhadap <i>Digital Banking Innovation</i>	104
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Value</i>	105
Tabel 4.17 Tanggapan Responden terhadap <i>Convenience</i>	106
Tabel 4.18 Tanggapan Responden terhadap <i>Functional Quality</i>	108
Tabel 4.19 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	109
Tabel 4.20 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Image</i>	111
Tabel 4.21 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Employee Engagement</i> .	113
Tabel 4.22 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Risk</i>	114
Tabel 4.23 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Usability</i>	116

Tabel 4.24 Tanggapan Responden terhadap <i>Digital Banking Innovation</i>	117
Tabel 4.25 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Experience</i>	119
Tabel 4.26 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	121
Tabel 4.27 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	122
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	207
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	216



DAFTAR LAMPIRAN

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

