

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam 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.

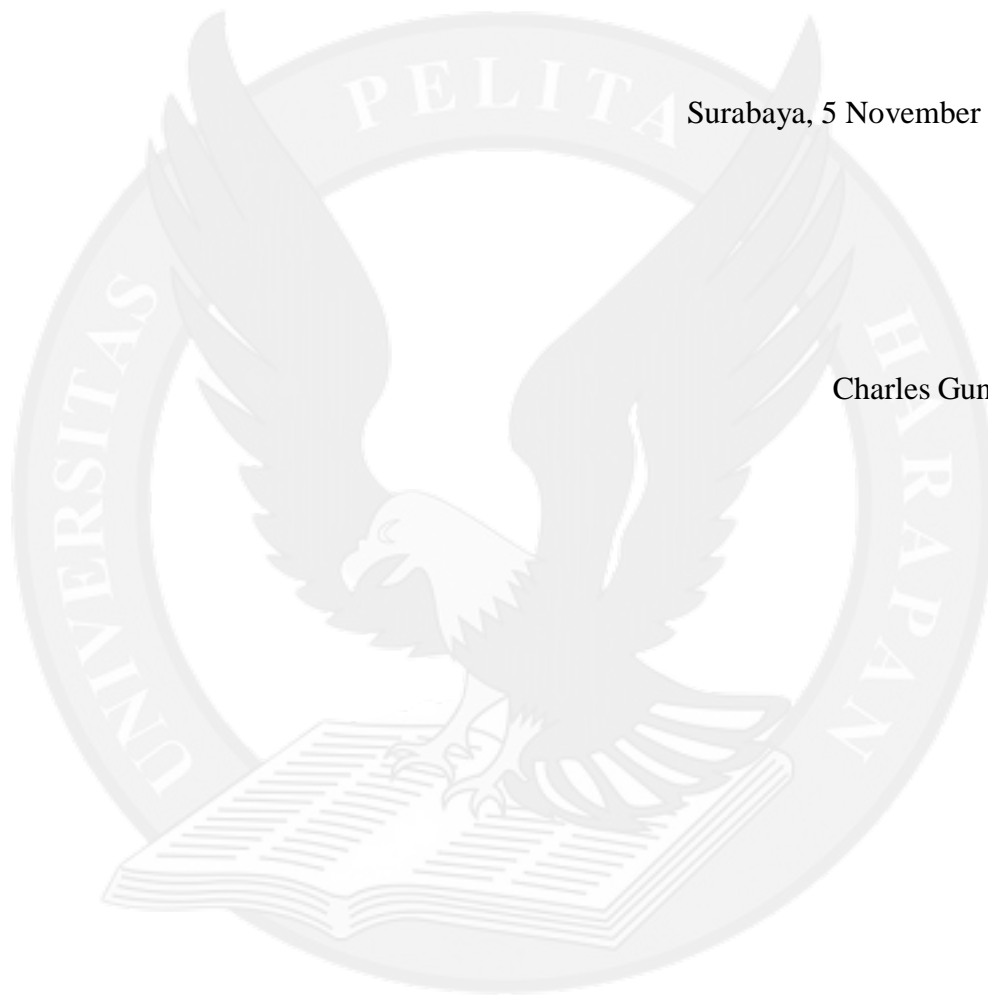
Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesainya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA selaku Wakil Rektor I, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan selaku pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan dan kehidupan pribadi yang saya lalui selama berkuliah di UPHS, serta selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M, selaku dosen pembimbing kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
3. Ibu Priscila E.E. Napitupulu, S.Sos., M.M selaku penguji pertama yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
4. Ibu Janice Carysa Siahaya, S.M., M.M selaku penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
5. Kedua orang tua saya dan keluarga besar saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan kesabaran dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. 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, 5 November 2022

Charles Gunawan



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN DAN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TINM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.5.2 Manfaat Praktis.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>Reliability</i> .....	18
2.1.2 <i>Privacy &amp; Security</i> .....	20
2.1.3 <i>Website Design</i> .....	21
2.1.4 <i>Customer Service And Support</i> .....	22
2.1.5 <i>E-Banking Satisfaction</i> .....	24
2.1.6 <i>E-Banking Loyalty</i> .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	28
2.3.1 Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap <i>E-Banking Customer Satisfaction</i> .....	28

2.3.2 Pengaruh Pengaruh <i>Privacy &amp; Security</i> Terhadap <i>E-Banking Customer Satisfaction</i> .....	29
2.3.3 Pengaruh <i>Website Design</i> Terhadap <i>E-Banking Customer Satisfaction</i> .....	30
2.3.4 Pengaruh <i>Customer Service And Support</i> Terhadap <i>E-Banking Customer Satisfaction</i> .....	30
2.3.5 Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> .....	31
2.3.6 Pengaruh <i>Privacy &amp; Security</i> Terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> .....	31
2.3.7 Pengaruh <i>Website Design</i> Terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> .....	32
2.3.8 Pengaruh <i>Customer Service And Support</i> Terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> .....	32
2.3.9 Pengaruh <i>E-Banking Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> ....	33
2.4 Model Penelitian.....	34
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.1.1 Jenis Data.....	37
3.1.2 Sumber Data.....	38
3.2 Populasi Dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	43
3.5 Metode Analisis Data.....	45
3.5.1 Uji Reliabilitas.....	56
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	58
4.1 Gambaran Umum E-Banking Bank BCA.....	58
4.2 Analisis Data.....	59
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	59
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	59
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	62
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	71

4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Reliability</i> .....	71
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Privacy &amp; Security</i> .....	73
6.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Website Design</i> .....	74
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Service and Support</i> .....	76
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>E-Banking Customer Satisfaction</i> .....	79
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> .....	81
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	83
4.2.3.1. Evaluasi Normalitas Data.....	85
4.2.3.2. Evaluasi <i>Outliers</i> .....	85
4.2.3.2.1. <i>Univariate Outliers</i> .....	85
4.2.3.2.2. <i>Multivariate Outliers</i> .....	86
4.2.3.2.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	87
4.3. Analisa Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ).....	88
4.3.1. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	89
4.3.2. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	91
4.4. Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i> .....	93
4.4.1. <i>Regression Weights Full Structural Equation Modeling</i> .....	95
4.5. Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extra</i> .....	96
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis.....	98
4.6.1 Pengujian Hipotesis 1 ( $H_1$ ) .....	99
4.6.2 Pengujian Hipotesis 2 ( $H_2$ ) .....	100
4.6.3 Pengujian Hipotesis 3 ( $H_3$ ) .....	101
4.6.4 Pengujian Hipotesis 4 ( $H_4$ ) .....	102
4.6.5 Pengujian Hipotesis 5 ( $H_5$ ) .....	103
4.6.6 Pengujian Hipotesis 6 ( $H_6$ ) .....	104
4.6.7 Pengujian Hipotesis 7 ( $H_7$ ) .....	105
4.6.8 Pengujian Hipotesis 8 ( $H_8$ ) .....	106
4.6.9 Pengujian Hipotesis 9 ( $H_9$ ) .....	107
4.7. Pembahasan.....	108
<b>BAB V KESIMPULAN</b> .....	134
5.1 Simpulan.....	135
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	135

5.1.1.1 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>E-Banking customer satisfaction</i> .....	135
5.1.1.2 Pengaruh <i>Privacy &amp; Security</i> terhadap <i>E-Banking customer satisfaction</i> .....	135
5.1.1.3 Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>E-Banking customer Satisfaction</i> .....	136
5.1.1.4 Pengaruh <i>Customer Service And Support</i> terhadap <i>E-Banking Customer Satisfaction</i> .....	137
5.1.1.5 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> .....	138
5.1.1.6 Pengaruh <i>Privacy &amp; Security</i> terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> .....	139
5.1.1.7 Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> .....	140
5.1.1.8 Pengaruh <i>Customer Service And Support</i> terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> .....	140
5.1.1.9 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> .....	141
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	142
5.2 Implikasi.....	144
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	144
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	147
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	154
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....	xv

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Performa Terbaik Mobile Banking 10 Bank Tahun 2022 – 2021.....	3
Gambar 1.1.2 Layanan <i>E-Banking</i> Bank BCA.....	8
Gambar 1.1.3 Layanan <i>customer service</i> E-Banking Bank BCA.....	9
Gambar 1.1.4 <i>The Most Loyal Customer</i> BCA.....	11
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	34
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	49
Gambar 4.1 Performa Terbaik Mobile Banking 10 Bank Tahun 2020 -2021.....	59
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	61
Gambar 4.3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Gambar 4.4 <i>Confirmatory Analysis Reliability, Privacy &amp; Security, Website Design, dan Customer Service and Support</i> .....	90
Gambar 4.5 <i>Confirmatory Analysis E-Banking customer satisfaction dan E-Banking loyalty</i> .....	92
Gambar 4.6 <i>Full Structural Equation Model</i> Pada Model Awal.....	93

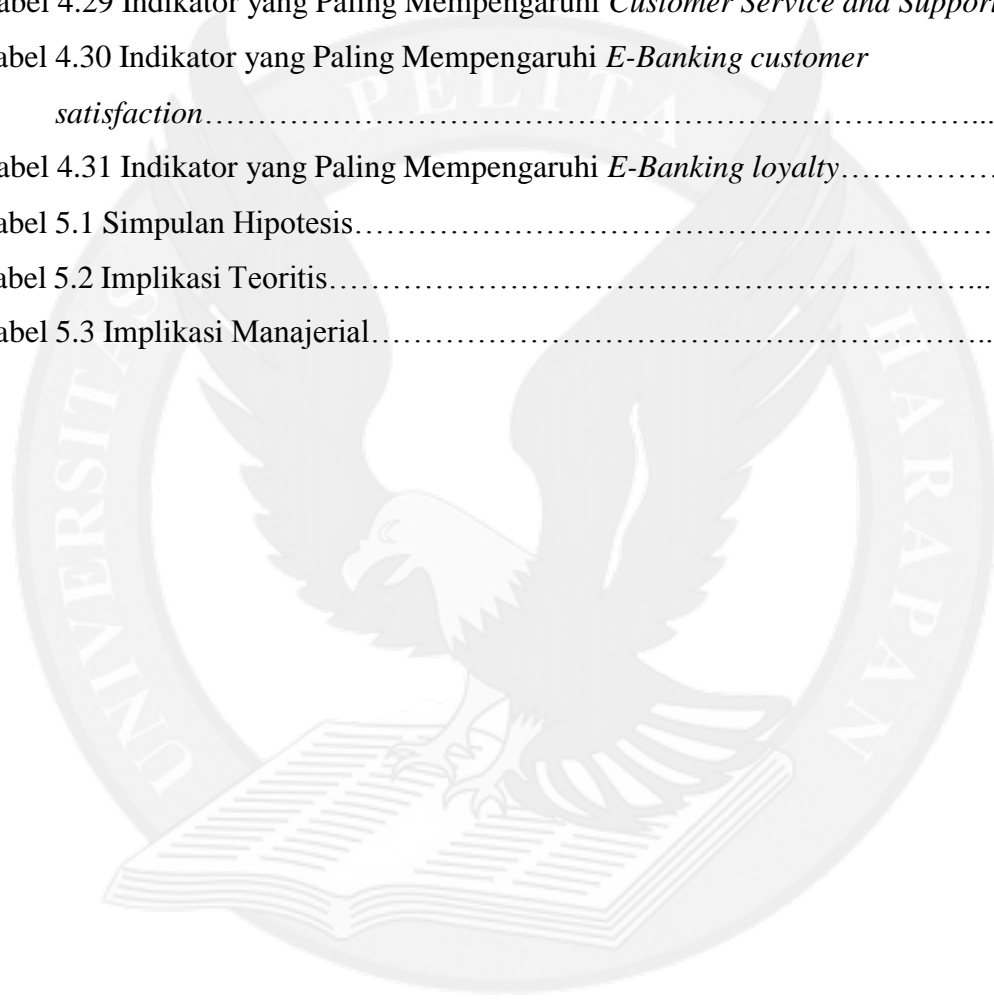


## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	42
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk.....	48
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	49
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke Dalam Persamaan Model Pengukuran.....	50
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> )...	56
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	63
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Reliability</i> .....	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Privacy &amp; Security</i> .....	65
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Website Design</i> .....	66
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Service and Support</i> .....	67
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>E-Banking Customer Satisfaction</i> .....	69
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>E-Banking Loyalty</i> .....	70
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Reliability</i> .....	71
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Privacy &amp; Security</i>	73
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Website Design</i> .....	74
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Service and Support</i> .....	76
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>E-Banking Customer Satisfaction</i> .....	78
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>E-Banking Loyalty</i>	80
Tabel 4.16 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> ).	83
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Data.....	84
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif Z-Score.....	86
Tabel 4.19 Hasil Deteksi <i>Singularity</i> dan <i>Collinearity</i> .....	88
Tabel 4.20 Uji Bobot Faktor dan Nilai <i>Faktor Loading</i> Konstruk Eksogen.....	91
Tabel 4.21 Uji Bobot Faktor dan Nilai <i>Faktor Loading</i> Konstruk Endogen.....	93



Tabel 4.22	Indek Pengujian Kelayakan pada Model.....	94
Tabel 4.23	<i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i> .....	95
Tabel 4.24	Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extra</i> .....	97
Tabel 4.25	Hasil Uji Hipotesis.....	98
Tabel 4.26	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Reliability</i> .....	116
Tabel 4.27	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Privacy &amp; Security</i> .....	118
Tabel 4.28	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Website Design</i> .....	120
Tabel 4.29	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Customer Service and Support</i>	123
Tabel 4.30	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>E-Banking customer satisfaction</i> .....	127
Tabel 4.31	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>E-Banking loyalty</i> .....	130
Tabel 5.1	Simpulan Hipotesis.....	134
Tabel 5.2	Implikasi Teoritis.....	144
Tabel 5.3	Implikasi Manajerial.....	150



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A Kuesioner .....	162
Lampiran B Tabulasi Data Kuesioner.....	165
Lampiran C Hasil Olah Data.....	170

