

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul ***“ANALISIS PENGARUH SITE ORGANIZATION, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, USER FRIENDLINESS, PERSONAL NEED, DAN EFFICIENCY TERHADAP ELECTRONIC CUSTOMER SATISFACTION DAN ELECTRONIC CUSTOMER LOYALTY PADA NASABAH M-BANKING BANK MESTIKA DI KOTA MEDAN.”***

Tugas akhir ini ditulis sebagai salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar studi Strata Dua Magister pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pelita Harapan Surabaya. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini yakni kepada:

1. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, CDM, selaku ketua Program Studi Manajemen serta dosen pembimbing utama yang telah membantu dan mendukung dalam begitu banyak hal selama penulis berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya
2. Bapak Dr. Ronald Suryaputra, S.T., M.M., CDM, CSMA, PMA, selaku *Executive Director* dan *Associate Dean* yang selalu membantu dan mendukung penulis ketika berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
3. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, CDM, selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan waktu dan tenaganya dalam membimbing saya menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
4. Bapak Dr. Ronald Suryaputra, S.T., M.M., CDM, CSMA, PMA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan mendukung, memberikan perhatian dan waktunya dalam saya menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Seluruh dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dan Semanggi.

6. Seluruh Staf Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya yang telah membantu penulis dalam kegiatan administrative selama berkuliah dan penyelesaian tugas akhir.
7. Keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moril, doa, dan kasih sayang sejak berkuliah hingga menyelesaikan tugas akhir.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang juga telah membantu dan mendukung saya pada masa perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang diberikan oleh pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 16 Desember 2022



Clavia Septyani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah .....	16
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian .....	17
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	18
1.5.2 Manfaat Praktis .....	19
1.6 Sistematika Penulisan .....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>21</b>
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 <i>Mobile Banking</i> .....	21
2.1.2 <i>Site Organization</i> .....	22
2.1.3 <i>Reliability</i> .....	22
2.1.4 <i>Responsiveness</i> .....	24
2.1.5 <i>User Friendliness</i> .....	25
2.1.6 <i>Personal Needs</i> .....	26
2.1.7 <i>Efficiency</i> .....	27
2.1.8 <i>Customer Saticfaction</i> .....	28
2.1.9 <i>Customer Loyalty</i> .....	30
2.2 Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	34

2.3.1	Pengaruh <i>Site Organization</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Electronic Customer Satisfaction</i> (ECS) .....	34
2.3.2	Pengaruh <i>Reliability</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Electronic Customer Satisfaction</i> (ECS) .....	35
2.3.3	Pengaruh <i>Responsiveness</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Electronic Customer Satisfaction</i> (ECS) .....	36
2.3.4	Pengaruh <i>User Friendliness</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Electronic Customer Satisfaction</i> (ECS) .....	37
2.3.5	Pengaruh Personal Need berpengaruh signifikan terhadap <i>Electronic Customer Satisfaction</i> (ECS) .....	38
2.3.6	Pengaruh <i>Efficiency</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Electronic Customer Satisfaction</i> (ECS) .....	39
2.3.7	Pengaruh <i>Electronic Customer Satisfaction</i> (ECS) berpengaruh signifikan terhadap <i>Electronic Customer Loyalty</i> (ECL) .....	39
2.4	Model Penelitian .....	41
2.5	Bagan Alur Berpikir .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1	Metode Penelitian .....	43
3.1.1	Pendekatan Penelitian .....	43
3.1.2	Jenis Penelitian .....	43
3.1.3	Sifat penelitian .....	43
3.2	Populasi dan Sampel .....	44
3.2.1	Populasi .....	44
3.2.2	Sampel .....	44
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	46
3.5	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	48
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel .....	50
3.6.1	Uji Validitas .....	51
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	51
3.7	Uji Asumsi Klasik .....	52

3.7.1	Uji Normalitas.....	52
3.7.2	Uji Multikolinearitas .....	54
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas .....	54
3.8	Model Analisis Data Penelitian .....	55
3.8.1	Model Penelitian .....	55
3.8.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57
3.8.3	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji F) .....	57
3.8.4	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (uji t).....	58
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>59</b>
4.1	Gambaran Umum PT. Bank Mestika Dharma Tbk .....	59
4.2	Analisis Data .....	60
4.2.1	Statistik Deskriptif .....	60
4.2.1.1	Karakteristik Responden .....	60
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 .....	73
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Electronic Customer Loyalty</i> .....	73
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Electronic Customer Satisfaction</i> .....	74
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Site Organization</i> .....	76
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Reliability</i> .....	77
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Responsiveness</i> .....	78
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>User Friendliness</i> .....	79
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Personal Need</i> .....	81
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>Efficiency</i> .....	82
4.2.3	Uji Validitas .....	85
4.2.4	Uji Reliabilitas .....	85

4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	86
4.2.5.1	Uji Normalitas.....	86
4.2.5.2	Uji Multikolinieritas.....	88
4.2.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	90
4.2.5.4	Uji Linieritas.....	91
4.3	Metode Analisis Statistik.....	92
4.3.1	Analisis Regresi.....	92
4.3.1.1	Analisis Regresi Berganda.....	92
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi.....	96
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	96
4.3.2.2	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	96
4.4	Metode Pengujian Hipotesis.....	97
4.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji – F).....	97
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	98
4.5	Pembahasan.....	100
<b>BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI .....</b>		<b>120</b>
5.1	Simpulan.....	120
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis.....	121
5.1.1.1	Pengaruh Signifikan Site Organization terhadap Electronic Customer Satisfaction.....	121
5.1.1.2	Pengaruh Signifikan Reliability terhadap Electronic Customer Satisfaction.....	122
5.1.1.3	Pengaruh Signifikan Responsiveness terhadap Electronic Customer Satisfaction.....	123
5.1.1.4	Pengaruh Signifikan User Friendliness terhadap Electronic Customer Satisfaction.....	125
5.1.1.2	Pengaruh Signifikan Personal Need terhadap Electronic Customer Satisfaction.....	126
5.1.1.3	Pengaruh Signifikan Efficiency terhadap Electronic Customer Satisfaction.....	127

5.1.1.4	Pengaruh Signifikan Electronic Customer Satisfaction terhadap Electronic Customer Loyalty.....	128
5.2	Implikasi.....	131
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	131
5.2.2	Implikasi Manajerial.....	132
5.3	Rekomendasi .....	137
	DAFTAR PUSTAKA .....	138
	LAMPIRAN .....	A-1



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tampilan Gedung Bank Mestika Medan .....	4
Gambar 1.2	Bukti Customer Satisfaction Aplikasi M-Banking Bank Mestika ..	7
Gambar 1.3	Bukti Customer Loyalty Aplikasi M-Banking Bank Mestika.....	8
Gambar 1.4	Tampilan M-Banking.....	10
Gambar 1.5	Bukti Komentar Baik pada Aplikasi M-Banking Bank Mestika...	11
Gambar 1.6	Bukti Layanan 24 Jam Bank Mestika.....	12
Gambar 1.7	Bukti Komentar Variabel User Friendliness .....	12
Gambar 1.8	Tampilan Menu Utama M-Banking Bank Mestika .....	13
Gambar 1.9	Bukti Komentar Baik Pengguna Aplikasi M-Banking Bank Mestika .....	14
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	41
Gambar 4.1	Scatter Plot Uji Normalitas <i>Electronic Customer Satisfaction</i> ....	87
Gambar 4.2	Scatter Plot Uji Normalitas <i>Electronic Customer Loyalty</i> .....	88
Gambar 4.3	Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas <i>Electronic Customer Satisfaction</i> .....	90
Gambar 4.4	Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas <i>Electronic Customer Loyalty</i> .....	91
Gambar 4.5	<i>Confirmatory Analysis Pre-flight Service Quality, In-flight Service Quality, Post-flight Service Quality, Covid-19 Protocol Service Quality, Passenger Satisfaction dan Passenger Loyalty</i> .....	107
Gambar 4.6	<i>Confirmatory Analysis Customer Satisfaction, Trust, dan Revisit Intention</i> .....	109
Gambar 4.7	<i>Full Structural Model</i> .....	112



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Jumlah Pengguna <i>M-banking</i> .....	8
Tabel 3.2	Skor Atas Jawaban Kuesioner .....	46
Tabel 3.3	Desain Inti Kuesioner .....	47
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.3	Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	63
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Electronic Customer Loyalty</i> ...	63
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Electronic Customer Satisfaction</i> .....	64
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Site Organization</i> .....	66
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i> .....	68
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Responsiveness</i> .....	68
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>User Friendliness</i> .....	69
Tabel 4,10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Personal Need</i> .....	71
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Efficiency</i> .....	88
Tabel 4.12	Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel <i>Electronic Customer Loyalty</i> .....	73
Tabel 4.13	Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel <i>Electronic Customer Satisfaction</i> .....	74
Tabel 4.14	Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel <i>Site Organization</i> .....	76
Tabel 4.15	Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel <i>Reliability</i> .....	77

Tabel 4.1.6	Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel <i>Responsiveness</i>	78
Tabel 4.17	Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel <i>User Friendliness</i>	79
Tabel 4.18	Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel <i>Personal Need</i>	81
Tabel 4.19	Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel <i>Efficiency</i>	82
Tabel 4.20	Hasil Uji Validitas <i>Electronic Customer Loyalty</i>	83
Tabel 4.21	Hasil Uji Validitas <i>Electronic Customer Satisfaction</i>	83
Tabel 4.22	Hasil Uji Validitas <i>Site Organization</i>	84
Tabel 4.23	Hasil Uji Validitas <i>Reliability</i>	84
Tabel 4.24	Hasil Uji Validitas <i>Responsiveness</i>	84
Tabel 4.25	Hasil Uji Validitas <i>User Friendliness</i>	84
Tabel 4.26	Hasil Uji Validitas <i>Personal Need</i>	84
Tabel 4.27	Hasil Uji Validitas <i>Efficiency</i>	84
Tabel 4.28	Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4.29	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov (K-S)</i>	86
Tabel 4.30	Tabel Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>VIF</i>	88
Tabel 4.31	<i>Spearman Test Corelation</i>	91
Tabel 4.32	Hasil Uji Linieritas	91
Tabel 4.33	Hasil Uji Regresi Berganda ( <i>SO,REL,REP,USFR, PENE, EFFE*ECS</i> )	92
Tabel 4.34	Hasil Uji Regresi Berganda ( <i>ECS*ECL</i> )	95
Tabel 5.1	Implikasi Teori	169
Tabel 5.2	Implikasi Manajerial	174

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER ..... A – 1

