

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Pertanyaan Penelitian.....	15
1.3    Tujuan Penelitian.....	16
1.4    Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1    Implikasi Teoritis.....	17
1.4.2    Implikasi Manajerial.....	17
1.5    Batasan Penelitian.....	17
1.6    Sistematika Penulisan.....	18
<b>BAB II TINJAUAN LITERATUR.....</b>	<b>20</b>
2.1 <i>E-Service Quality</i> .....	20
2.1.1 <i>Site Organization</i> .....	21
2.1.2 <i>User Friendliness</i> .....	22
2.1.3 <i>Personal Needs</i> .....	22
2.1.4 <i>Efficiency</i> .....	23
2.2 <i>E-Trust</i> .....	24
2.3 <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	25
2.4 <i>E-Customer Loyalty</i> .....	26
2.5    Penelitian Terdahulu.....	27

2.6	<i>Hypothesis Development</i> .....	29
2.6.1	Hubungan antara <i>Site Organization</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	29
2.6.2	Hubungan antara <i>User Friendliness</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	30
2.6.3	Hubungan antara <i>Personal Needs</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	30
2.6.4	Hubungan antara <i>Efficiency</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	31
2.6.5	Hubungan antara <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	32
2.6.6	Hubungan antara <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	33
2.6.7	Hubungan antara <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	34
2.6.8	Hubungan antara <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> melalui <i>E-Satisfaction</i> 35	
2.7	Model Penelitian .....	36
2.8	Hipotesis Penelitian.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>39</b>
3.1	Objek Penelitian .....	39
3.2	Unit Analisis .....	39
3.3	Jenis Penelitian.....	41
3.4	Pengukuran Variabel .....	42
3.4.1	Definisi Operasional.....	42
3.4.2	<i>Measurement Scale</i> .....	47
3.5	Populasi dan Sampel .....	48
3.5.1	Populasi.....	48
3.5.2	Sampel.....	49
3.5.3	Ukuran Sampel.....	51
3.6	Sumber Data & Metode Pengumpulan Data .....	53
3.6.1	Sumber Data.....	53
3.6.2	Metode Pengumpulan Data .....	55
3.7	Teknik Analisis Data .....	55
3.7.1	Pengujian <i>Outer Model</i> .....	57
3.7.2	<i>Outer Loading</i> .....	57
3.7.3	Uji Validitas.....	58
3.7.4	Uji Reliabilitas .....	60

3.8	Pengujian Inner Model .....	62
3.8.1	<i>Multicollinearity Test</i> .....	62
3.8.2	Pengujian Hipotesis.....	64
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>66</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	66
4.1.1	Gender .....	68
4.1.2	Rentang Usia .....	68
4.1.3	Pekerjaan .....	69
4.1.4	Domisili.....	70
4.1.5	Tingkat Pendidikan .....	71
4.1.6	Frekuensi Menggunakan Aplikasi Bank Jago .....	72
4.2	Statistik Deskriptif .....	73
4.2.1	Statistik Deskriptif <i>Site Organization</i> .....	75
4.2.2	Statistik Deskriptif <i>User Friendliness</i> .....	76
4.2.3	Statistik Deskriptif <i>Personal Needs</i> .....	78
4.2.4	Statistik Deskriptif <i>Efficiency</i> .....	79
4.2.5	Statistik Deskriptif <i>E-Trust</i> .....	81
4.2.6	Statistik Deskriptif <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	82
4.2.7	Statistik Deskriptif <i>E-Customer Loyalty</i> .....	84
4.3	<i>Inferential Statistic Analysis</i> .....	86
4.3.1	Uji <i>Outer Model</i> .....	86
4.3.2	Uji Konvergen.....	87
4.3.3	Uji Validitas Diskriminan.....	91
4.3.4	Uji Reliabilitas .....	92
4.3.5	Uji <i>Inner Model</i> .....	93
4.3.6	Uji <i>Multicollinearity</i> .....	94
4.3.7	Uji Kelayakan Model Formatif .....	95
4.4	Uji Hipotesis .....	99
4.4.1	Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung .....	103
4.5	Analisa <i>Importance Performance Map Analysis</i> – Variabel .....	103
4.6	Analisa <i>Importance Performance Map Analysis</i> – Indikator.....	107

4.7	Analisa <i>Prediction Orientated Segmentation</i> (PLS-POS) .....	111
4.8	Diskusi .....	114
4.8.1	Pengaruh <i>Site Organization</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	114
4.8.2	Pengaruh <i>User Friendliness</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	115
4.8.3	Pengaruh <i>Personal Needs</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	116
4.8.4	Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	117
4.8.5	Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	119
4.8.6	Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> .	120
4.8.7	Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> .....	121
4.8.8	Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> melalui <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	122
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>123</b>
5.1	Kesimpulan .....	123
5.2	Implikasi Teori .....	125
5.3	Implikasi Manajerial .....	127
5.4	Batasan Penelitian dan Saran Penelitian .....	134
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>137</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>147</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tipe <i>Website</i> dan Aplikasi yang Paling Sering Dikunjungi.....	1
Gambar 1.2 Preferensi Penggunaan Bank Digital & E-Wallet .....	3
Gambar 1.3 Logo Bank Jago.....	6
Gambar 1.4 <i>Market Share</i> Bank Digital di Indonesia.....	7
Gambar 1.5 Perbandingan Pengguna Bank Jago .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	37
Gambar 3.1 Perhitungan Jumlah Sampel Minimal dengan G*Power® .....	53
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	68
Gambar 4.2 Rentang Usia Responden .....	69
Gambar 4.3 Jenis Pekerjaan Responden .....	70
Gambar 4.4 Domisili Responden .....	71
Gambar 4.5 Tingkat Pendidikan.....	72
Gambar 4.6 Tingkat Frekuensi Penggunaan .....	73
Gambar 4.7 Uji Outer Model .....	87
Gambar 4.8 Uji <i>Inner Model</i> .....	94
Gambar 4.9 Penjelasan Kuadran IPMA .....	105
Gambar 4.10 Hasil IPMA Konstruksi.....	106
Gambar 4.11 Hasil IPMA Indikator .....	109
Gambar 4.12 PLS POS Segment 1 .....	113
Gambar 4.13 PLS POS Segment 2.....	113

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Faktor Pendorong Penggunaan Bank Digital .....	4
Tabel 1.2 Keluhan Nasabah Bank Jago pada Halaman Media Konsumen .....	9
Tabel 1.3 Keluhan Nasabah Bank Jago pada <i>Playstore</i> dan <i>App Store</i> .....	10
Tabel 1.4 Perbandingan <i>Rating Digital Bank</i> .....	13
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Skala Likert .....	48
Tabel 4.1 Profil Responden .....	67
Tabel 4.2 Nilai <i>Interval Statistic Descriptive</i> dan Kategori .....	75
Tabel 4.3 Rata-rata dan Kategori Statistik Deskriptif <i>Site Organization</i> .....	75
Tabel 4.4 Rata – rata dan Kategori Statistik Deskriptif <i>User Friendliness</i> .....	76
Tabel 4.5 Rata-rata dan kategori Statistik Deskriptif <i>Personal Needs</i> .....	78
Tabel 4.6 Rata – rata dan Kategori Statistik Seskriptif <i>Efficiency</i> .....	80
Tabel 4.7 Rata – rata dan Kategori Statistik Deskriptif <i>E-Trust</i> .....	81
Tabel 4.8 Rata – rata dan Kategori Statistik Deskriptif <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	83
Tabel 4.9 Rata – rata dan Kategori Statistik Deskriptif <i>E-Customer Loyalty</i> .....	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Konvergen.....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji HTMT .....	91
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas.....	92
Tabel 4.13 Hasil <i>Uji Inner VIF</i> .....	95
Tabel 4.14 Hasil uji $R^2$ & $Q^2$ .....	96
Tabel 4.15 Hasil Uji SRMR .....	97
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>F-Square</i> .....	98
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis Efek Langsung.....	100
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis Efek Tidak Langsung.....	103
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan IPMA Model.....	105
Tabel 4.20 <i>Average Value Indicator</i> .....	108
Tabel 4.21 <i>Prediction Orientated Segmentation</i> .....	112

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A – Kuesioner Uji Aktual .....	A-1
LAMPIRAN B – Hasil Excel Uji Aktual .....	B-1
LAMPIRAN C - Hasil SmartPLS dan Actual Test.....	C-1
LAMPIRAN D – Hasil Uji Turnitin.....	D-1

