

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 mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada :

1. Pertama - tama saya panjatkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena sudah membantu memberikan rahmatnya kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Dr Ronald S.T., M.M., Selaku *Executive Director* di UPH Surabaya serta selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan sedikit waktu, tenaga, dan pikiran bagi saya, dan membimbing dan bersabar dengan saya sampai akhir.

3. Dr Amelia S.E., RFP-I., M.M., Selaku kepala program manajemen yang tidak lelah untuk menegur saya di dunia perkuliahan dan membimbing saya dalam skripsi ini.

4. Kepada orang tua saya yang telah mensupport dan tidak lelah - lelah untuk memperingati beratnya dunia ke depan yang membuat saya menyadari betapa pentingnya kesempatan dan pengalaman yang saya alami sekarang.

5. Untuk teman - teman tercinta seperjuangan saya Michael, Jeremy, Otniel, Bryan, Onny, Michelle, dan banyak lagi yang bisa disebutkan.

Penulis hanya mampu memanjatkan doa semoga Tuhan Yesus Kristus berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat menambah wawasan bagi pihak- pihak yang membutuhkan ataupun berkepentingan dengan topik yang sama serta dapat memberikan manfaat bagi para pembaca pada penelitian di masa yang akan datang..



Surabaya 14 September 2020

Kyko Patrick Nugraha

## DAFTAR ISI

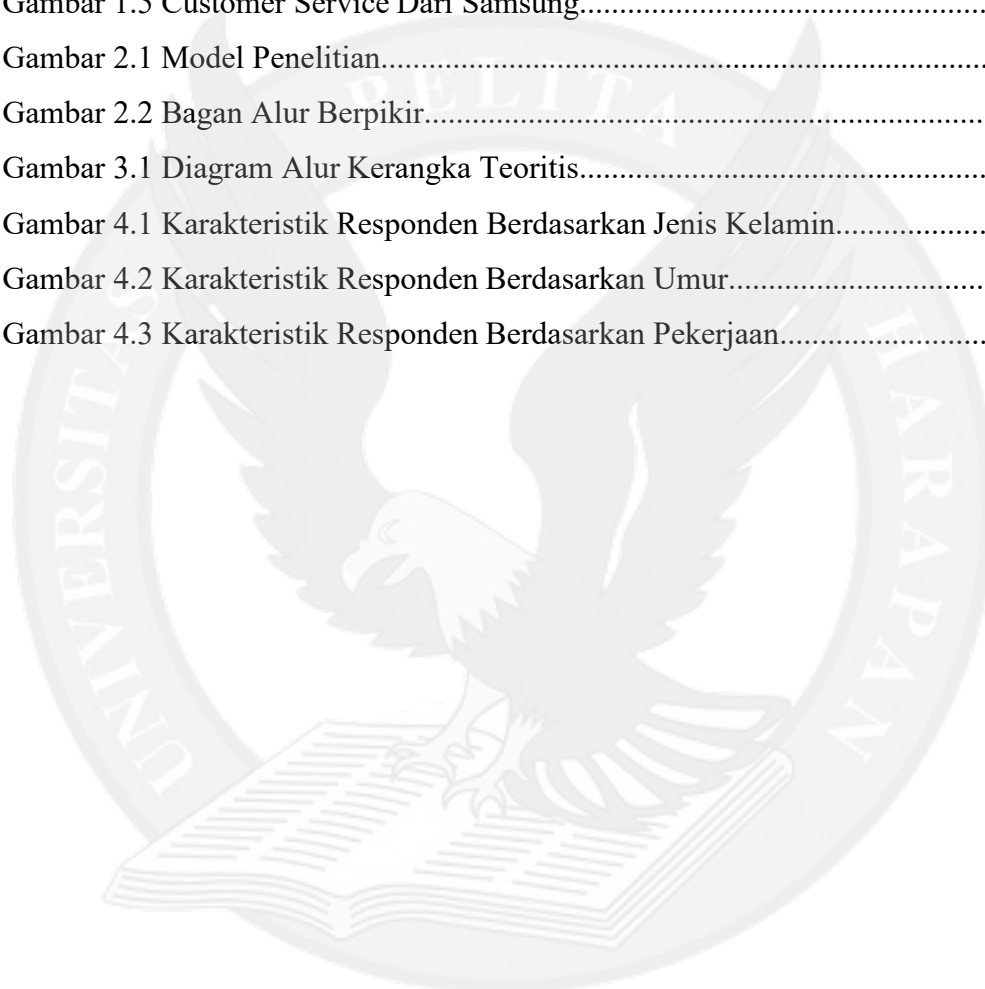
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>14</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	14
1.2 Batasan Masalah.....	22
1.3 Rumusan Masalah.....	23
1.4 Tujuan Penelitian.....	24
1.5 Manfaat Penelitian.....	25
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	25
1.5.2 Manfaat Praktis.....	25
1.6 Sistematika Penelitian.....	26
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>28</b>
2.1 Landasan Teori.....	28
2.1.1 Customer Loyalty.....	28
2.1.2 Customer Satisfaction.....	29
2.1.3 Switching Barrier.....	30
2.1.4 Device Feature.....	31
2.1.4.1 Fuctions.....	31
2.1.4.2 Usability.....	32
2.1.4.3 Design.....	34
2.1.4.4 Applications.....	35
2.1.4.5 Price.....	36
2.1.5 Corporate factors.....	37
2.1.5.1 Customer Support.....	37
2.1.5.2 Corporate Image.....	38
2.2 Penelitian terdahulu.....	39
2.3 Pengembangan hipotesis.....	40
2.3.1 Pengaruh Functions terhadap customer satisfaction.....	40

2.3.2 Pengaruh Usability terhadap customer satisfaction.....	40
2.3.3 Pengaruh Design terhadap customer satisfaction.....	41
2.3.4 Pengaruh Applications terhadap customer satisfaction.....	41
2.3.5 Pengaruh Price terhadap customer satisfaction.....	42
2.3.6 Pengaruh Customer support terhadap customer satisfaction.....	42
2.3.7 Pengaruh Corporate image terhadap customer satisfaction.....	43
2.3.8 Pengaruh Customer satisfaction terhadap customer loyalty.....	43
2.3.9 Pengaruh Switching barrier terhadap customer loyalty.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.1.1 Jenis Data.....	47
3.2 Populasi dan sampel.....	48
3.2.1 Populasi.....	48
3.2.2 Sampel.....	48
3.3 Metode pengumpulan Data.....	49
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	53
3.4.1 Definisi Operasional.....	53
3.5 Metode Analisis Data.....	55
3.5.1 Pengolahan Data.....	55
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	56
3.5.2.1 Uji Reabilitas.....	61
Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	62
4.1. Hasil Penelitian.....	62
4.1.1 Karakter Responden.....	62
4.1.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.1.1.2 Berdasarkan Umur.....	63
4.1.1.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	64
4.1.1.4 Berdasarkan Jangka Pembelian.....	64
4.1.1.5 Berdasarkan Interaksi Dengan CS Samsung.....	65
4.1.1.6 Variable Funtions .....	65
4.1.1.7 Variable Usability .....	66
4.1.1.8 Variable Applications .....	67
4.1.1.9 Variable Design .....	68
4.1.1.10 Variable Price .....	70
4.1.1.11 Variable Customer Service .....	71

4.1.1.12 Variable Corporate Image .....	72
4.1.1.13 Variable Switching Barrier .....	73
4.1.1.14 Variable Customer Satisfaction .....	74
4.1.1.15 Variable Customer Loyalty .....	75
4.1.2 SEM ( <i>Struktural Equation Model</i> ).....	76
4.1.2.1 Analisis Model Pengukuran ( <i>Measurement Model</i> ).....	77
4.1.2.1.1 CFA Variable Eksogen.....	77
4.1.2.1.2 CFA Variable Endogen.....	81
4.1.2.2 Analisis Model Sturktural ( <i>Sturktural Model</i> ).....	85
4.1.2.2.1 Evaluasi Multivariate Outlier.....	85
4.1.3 Uji Normalitas Data .....	87
4.1.4 Asumsi Kriteria ( <i>Goodness Of Fit</i> ).....	88
4.1.5 Hasil Pengujian Hipotesis .....	95
4.1.5.1 H1 Function Berpengaruh Signifikan Terhadap Customer Satisfaction....	95
4.1.5.2 H2 Disability Berpengaruh Signifikan Terhadap Customer Satisfaction .	96
4.1.5.3 H3 <i>Design</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Customer Satisfaction.....	96
4.1.5.4 H4 <i>Applications</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Customer Satisfaction.....	97
4.1.5.5 H5 <i>Price</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Customer Satisfaction.....	97
4.1.5.6 H6 Customer Support Berpengaruh Signifikan Terhadap Customer Satisfaction.....	97
4.1.5.7 H7 <i>Corporate Image</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Customer Satisfaction.....	98
4.1.5.8 H8 Customer Satisfaction Berpengaruh Signifikan Terhadap Customer Loyalty .....	98
4.1.5.9 H9 <i>Switching Barrier</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Customer Loyalty .....	99
4.1.3 Pembahasan .....	99
Bab V Kesimpulan.....	105
5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Satran .....	106
5.3 Implikasi Manajer .....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Smartphone Di Indonesia.....	15
Gambar 1.2 Review Samsung Galaxy Note 9.....	17
Gambar 1.3 Samsung Galaxy S9 +.....	19
Gambar 1.4 Perbandingan Samsung Galaxy Note 9 Dengan Apple Iphone XS.....	20
Gambar 1.5 Customer Service Dari Samsung.....	21
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	44
Gambar 2.2 Bagan Alur Berpikir.....	46
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Teoritis.....	59
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	63
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Quetioner.....	51
Tabel 3.2 Likert Scale Point.....	53
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	57
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	60
Tabel 4.1.1 Derajat Penelitian Setiap Variable .....	65
Tabel 4.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Functions .....	65
Tabel 4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Usability .....	66
Tabel 4.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Applications .....	67
Tabel 4.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Design .....	68
Tabel 4.1.6 Tanggapan Responden Terhadap Price .....	70
Tabel 4.1.7 Tanggapan Responden Terhadap Customer Service .....	71
Tabel 4.1.8 Tanggapan Responden Terhadap Corporate Image .....	72
Tabel 4.1.9 Tanggapan Responden Terhadap Switching Barrier .....	73
Tabel 4.1.10 Tanggapan Responden Terhadap Customer Satisfaction .....	74
Tabel 4.1.11 Tanggapan Responden Terhadap Customer Loyalty .....	75
Tabel 4.1 Goodness Of Fit Variable Eksogen.....	77
Tabel 4.2 Nilai Loading Factor Variable Eksogen.....	79
Tabel 4.3 Nilai Konstruk Reliability Variable Eksogen.....	80
Tabel 4.4 Goodness Of Fit Variable Endogen.....	81
Tabel 4.5 Nilai Loading Factor Variable Endogen.....	82
Tabel 4.6 Goodness Of Fit Variable Endogen.....	82
Tabel 4.7 Nilai Loading Factor Variable Endogen Setelah Perbaikan.....	83
Tabel 4.8 Nilai Composite Reliability Variable Endogen.....	84
Tabel 4.9 Evaluasi Multivariate Outlier.....	85
Tabel 4.10 Evaluasi Univariat dan Multivariate Outlier.....	87
Tabel 4.11 Goodness Of Fit Model Sturktural.....	88
Tabel 4.12 Goodness Of Fit Model Sturktural Setelah Modification Indicies.....	91
Tabel 4.13 Hasil Estimasi Bootstraping.....	95

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner.....	A-1
Lampiran B Tabulasi Kuisisioner .....	B-1

