

KATA PENGANTAR

Pertama penulis ingin mengucapkan Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas hikmat penyertaan serta kesehatan yang luar biasa yang diberikan guna menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik demi menggapai gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini.

Penulis percaya bahwa pengungkapan, penyajian, ataupun pemilihan kata dan bahasa dalam penelitian ini dapat disebut masih sangat jauh dari kata sempurna, maka dengan alasan tersebut dengan segenap kerendahan hati, penulis memohon bantuan dalam bentuk kritik, saran atau segala bentuk pengarahan dari semua pihak dalam memperbaiki kekurangan dalam penelitian tugas akhir ini.

Dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan *terima kasih* banyak kepada semua pihak – pihak yang sudah ikut berkontribusi dalam membantu dan mendukung secara emosional ataupun financial dari awal pengerjaan hingga akhirnya terselesaikan. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M, Selaku *Executive Director* dan *Associate Dean* yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA, selaku Ketua Program Studi Manajemen dan sekaligus dosen pembimbing pertama saya yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan kepada saya dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan penelitian ini dari awal mulai hingga selesai.
3. Ibu Dr. Oliandes Sondakh selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, serta memberikan masukan – masukan, dan perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan proses penelitian ini.
4. Pak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., MM selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan serta arahan kepada penulis dengan tujuan untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Dosen penguji dua yang turut membantu saya dengan memberi masukan
6. Bapak dan Ibu saya, yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan serta membantu dalam hal finansial sehingga penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
7. Pacar saya, yang mampu menyemangati diri saya agar dapat terus fokus dan agar tugas ini cepat terselesaikan.

8. Motor saya, yang selalu dapat membuat saya semangat kembali pada saat saya kebingungan dengan dengan apa yang harus saya lakukan dengan tugas akhir ini.
9. Teman – teman saya yang senantiasa membantu saya meskipun saya terus menerus *menteror* mereka selebih jam 12 malam, seperti Viona, Grace, Sherren, Acel, dan Andreas yang telah menyemangati dan membantu dalam hal panduan dalam penelitian ini sehingga 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 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. 13 September 2020

Gabriel Giani Oentoro

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR KEASLIAN	ii
PERSUTUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	20
1.3 Rumusan Masalah.....	20
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Manfaat Penelitian.....	22
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	22
1.5.2. Manfaat Praktis.....	22
1.6 Sistematika Penulisan.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	25
2.1 Landasan Teori.....	25
2.1.1 <i>e-Customer Loyalty</i>	21
2.1.2 <i>e-Customer Satisfaction</i>	28
2.1.3 <i>Personal Need</i>	30
2.1.4 <i>Site Organization</i>	32
2.1.5 <i>User Friendliness</i>	33
2.1.6 <i>Efficiency of Website</i>	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	38
2.3.1 Pengaruh <i>Personal Need</i> terhadap <i>e-Customer Satisfaction</i>	38
2.3.2 Pengaruh <i>Site Organization</i> terhadap <i>e-Customer Satisfaction</i>	38
2.3.3 Pengaruh <i>User Friendliness</i> terhadap <i>e-Customer Satisfaction</i>	39
2.3.4 Pengaruh <i>Efficiency of Website</i> terhadap <i>e-Customer Satisfaction</i>	40
2.3.5 Pengaruh <i>e-Customer Satisfaction</i> terhadap <i>e-Customer Loyalty</i>	41
2.4 Model Penelitian.....	42
2.5 Bagan Alur Berpikiran.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	44
3.1.1 Jenis Penelitian.....	44

3.1.2	Jenis Data	45
3.2	Populasi dan Sampel	46
3.2.1	Populasi	46
3.2.2	Sampel	46
3.3	Metode Pengumpulan Data	48
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.5	Metode Analisis Data	52
3.5.1	Pengolahan Data	52
3.5.2	Pengujian Hipotesis	53
3.5.2.1	Uji Validitas	53
3.5.2.2	Uji Reabilitas	54
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik	55
3.5.2.4	Analisis Linier Regresi Sederhana (<i>Simple Regression</i>)	58
3.5.2.5	Analisis Linear Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>).....	59
3.5.2.5	Koefisien Korelasi (R)	60
3.5.2.6	Koefisien Determinasi (R ²)	61
3.5.2.7	Uji F	61
3.5.2.8	Uji T	62
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1	Gambaran Umum <i>Grab</i>	63
4.2	Analisis Data	64
4.2.1.	Statistik Deskriptif	64
4.2.1.1	Karakteristik Responden	64
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.1.4	Tanggapan Responden	67
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	74
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Personal Need</i>	74
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Site Organization</i>	76
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>User Friendliness</i>	77
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Efficiency of Website</i>	79
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>e-Customer Satisfaction</i>	80
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>e-Customer Loyalty</i>	81
4.2.3	Uji Validitas	83
4.2.4	Uji Reliabilitas	84
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi	84
4.2.5.1	Uji Normalitas	84
4.2.5.2	Uji Multikolinearitas.....	86
4.2.5.3	Uji Heterokedastisitas	87
4.2.5.4	Uji Linearitas	89
4.3	Metode Analisis Statistik	90
4.3.1	Analisis Regresi	90
4.3.1.1	Analisis Regresi Berganda	90

4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	93
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	93
4.3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	93
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	93
4.4 Metode Pengujian Hipotesis	94
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	94
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	95
4.5 Pembahasan	97
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	118
5.1 Kesimpulan	118
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	118
5.1.1.1 Pengaruh <i>Personal Need</i> terhadap <i>e-Customer Satisfaction</i>	118
5.1.1.2 Pengaruh <i>Site Organization</i> terhadap <i>e-Customer Satisfaction</i>	119
5.1.1.3 Pengaruh <i>User Friendliness</i> terhadap <i>e-Customer Satisfaction</i>	120
5.1.1.4 Pengaruh <i>Efficiency of Website</i> terhadap <i>e-Customer Satisfaction</i>	121
5.1.1.5 Pengaruh <i>e-Customer Satisfaction</i> terhadap <i>e-Customer Loyalty</i>	122
5.1.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	122
5.2 Implikasi	124
5.2.1 Implikasi Teoritis	124
5.2.2 Implikasi Manajerial	125
5.3 Rekomendasi	132
DAFTAR PUSTAKA	133

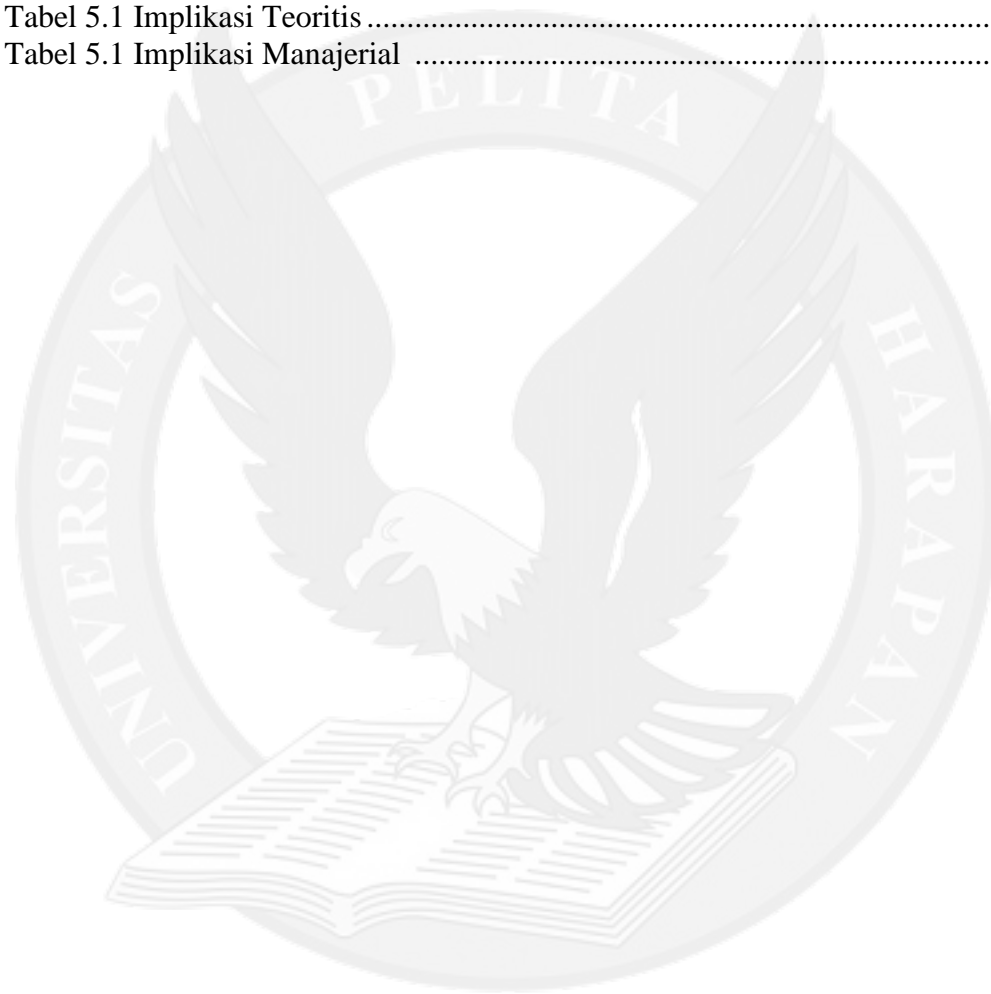
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo MyTeksi	5
Gambar 1.2 Logo GrabTaxi	5
Gambar 1.3 Perubahan Logo Grab 2016.....	6
Gambar 1.4 Pengguna Internet di Indonesia	7
Gambar 1.5 Pengguna Layanan Transportasi <i>Online</i> Berdasarkan Umur	8
Gambar 1.6 Pengguna Aplikasi Transportasi <i>Online</i> Berdasarkan Durasi Pemakaian	9
Gambar 1.7 Grab Rewards	12
Gambar 1.8 Perubahan Antarmuka Aplikasi Grab dari tahun ke tahun.....	13
Gambar 1.9 Perubahan pada aplikasi Grab	15
Gambar 1.10 Cara Pembayaran Grab.....	16
Gambar 1.11 Cara Pembayaran Grab.....	17
Gambar 1.12 Rating dan Ulasan yang diberikan pengguna.....	18
Gambar 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	32
Gambar 2.2 Model Penelitian	36
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir	37
Gambar 4.1 Responden Berdasar Usia	65
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Gambar 4.3 P-plot Uji Normalitas	85
Gambar 4.4 P-plot Uji Normalitas	86
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas.....	88
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Normalitas.....	88
Gambar 4.7 Hasil penelitian.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Aplikasi Penyedia Layanan Transportasi <i>Online</i>	10
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.3 Derajat penilaian setiap variabel	67
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>e-customer satisfaction</i>	68
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>personal need</i>	69
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>site organization</i>	70
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>user friendliness</i>	71
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>efficiency of website</i>	72
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel	73
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel	74
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel	76
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel	77
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel	79
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel	80
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel	83
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel	83
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel	83
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel	83
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel	83
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel	83
Tabel 4.22 Uji Reliabilitas Variabel	84
Tabel 4.23 Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> (K-S)	85
Tabel 4.24 Nilai Tolerance dan VIF	86
Tabel 4.25 Spearman Test Correlation	88
Tabel 4.26 Hasil Uji Linearitas	89
Tabel 4.27 Hasil Uji Regresi Sederhana	90
Tabel 4.28 Hasil Uji Regresi Berganda	91
Tabel 4.29 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	94
Tabel 4.30 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	94
Tabel 4.31 Hasil Uji F	94
Tabel 4.32 Hasil Uji T	96

Tabel 4.33 Indikator Variabel <i>e-customer satisfaction</i>	105
Tabel 4.38 Indikator Variabel <i>efficiency of website</i>	106
Tabel 4.34 Indikator Variabel <i>personal need</i>	109
Tabel 4.35 Indikator Variabel <i>site organization</i>	111
Tabel 4.36 Indikator Variabel <i>user friendliness</i>	113
Tabel 4.37 Indikator Variabel <i>e-customer loyalty</i>	115
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	124
Tabel 5.1 Implikasi Manajerial	129



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A; KUESIONER	A-1
LAMPIRAN B; DATA TABULASI	B-1
LAMPIRAN C; LAMPIRAN SPSS	C-1
LAMPIRAN D; BUKTI TURN IT IN	D-1

