

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 laporan studi kasus di Universitas Pelita Harapan Kampus 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 studi kasus ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya studi kasus ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., selaku executive director dan dosen pembimbing pertama yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Oliandes Sondakh S.T., M.M., selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan kepada saya dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan studi kasus ini dari awal hingga selesai.
3. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya B.Sc.,M.M, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M. selaku kepala program studi manajemen dan dosen penguji kedua yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
5. Keluarga saya Papa, Mama, Titi, Meme, dan Emak yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat serta dukungan, dan membantu dalam hal finansial sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada

waktunya.

6. Pacar saya, Felix Christian Nugraha yang telah menyemangati, mendukung, mendoakan, serta membantu dan memperhatikan banyak hal dalam perkuliahan selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya terutama dalam penelitian ini.
7. Teman saya, Safira Lutfiani, Erlin Safira, Verren Olivia, Dhianita Layla, Novilia, Alicia Sandra, Moudy Renata, Gabriell, Zebdi Farel, Radityo Danny, Edwin Christian, dan Daniel Kaweono yang telah menyemangati dan membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, terutama dalam perihal format sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan semestinya serta tepat waktu.
8. 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 studi kasus ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas studi kasus ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 14 September 2020

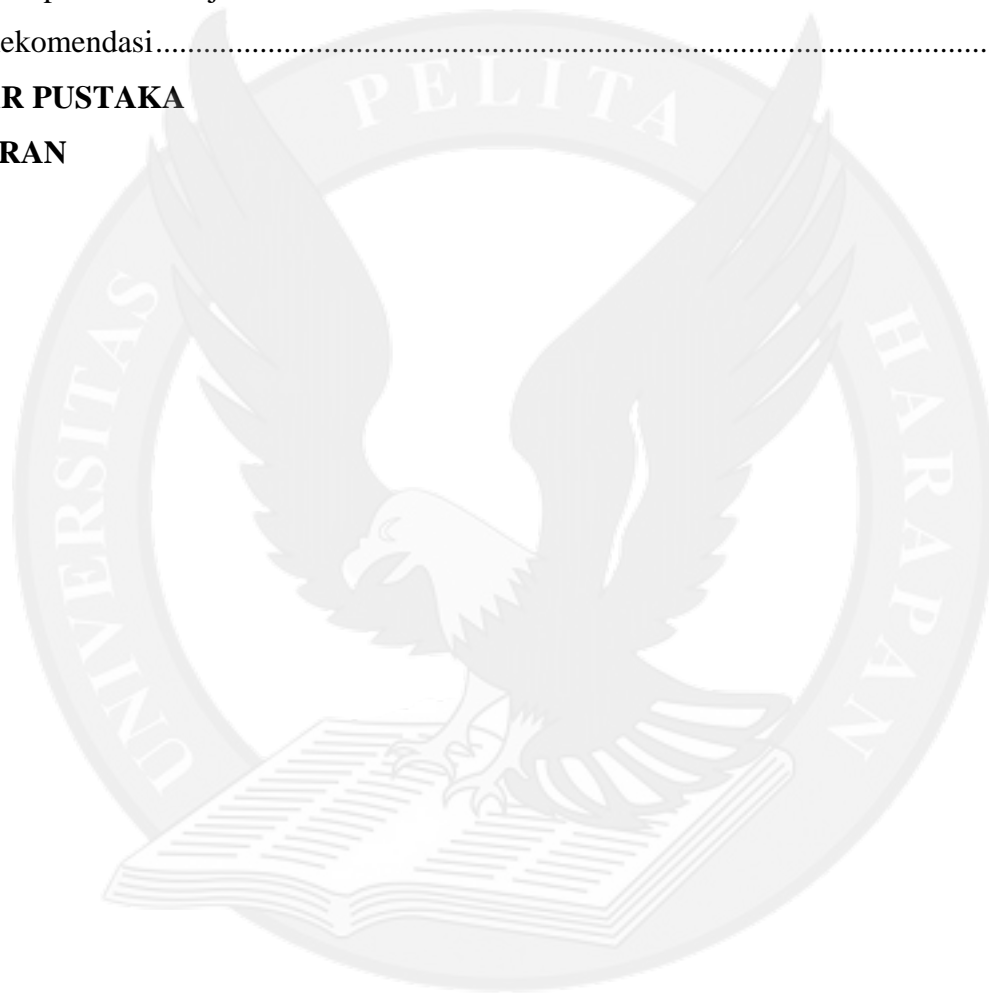
Imelda Lourenzia Susanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Penelitian Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Penelitian Praktis	13
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 <i>Satisfaction</i>	16
2.1.2 <i>Customer Loyalty</i>	17
2.1.3 <i>Performance Expectancy</i>	20
2.1.4 <i>Effort Expectancy</i>	22
2.1.5 <i>Social Influence</i>	24
2.1.6 <i>Facilitating Conditions</i>	25
2.1.7 <i>Price Value</i>	27
2.1.8 <i>Hedonic Motivation</i>	29

2.1.9	<i>Online Review</i>	30
2.1.10	<i>Online Tracking</i>	32
2.2	Penelitian Terdahulu	34
2.3	Pengembangan Hipotesis	37
2.3.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	37
2.3.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	38
2.3.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	39
2.3.4	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	39
2.3.5	Pengaruh <i>Price Value</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	40
2.3.6	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	40
2.3.7	Pengaruh <i>Online Review</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	41
2.3.8	Pengaruh <i>Online Tracking</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	42
2.3.9	Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	42
2.4	Model Penelitian	43
2.5	Bagan Alur Berpikir	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	Jenis Penelitian	45
3.2	Populasi dan Sampel	46
3.1.1	Populasi	46
3.1.2	Sampel	46
3.3	Metode Pengumpulan Data	48
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.5	Metode Analisis Data	53
3.5.1	Uji Reliabilitas	64
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Gambaran Umum	66
4.1.1	PT. Gojek	66
4.1.2	Profil Responden	67
4.2	Analisis Data	69
4.2.1	Tanggapan Responden	70
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	82
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data	97
4.2.4	Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i>	110

4.2.5 Uji Reliability.....	114
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis	116
4.3 Pembahasan.....	122
BAB V KESIMPULAN	148
5.1 Simpulan	148
5.2 Implikasi	156
5.2.1 Implikasi Teoritis	156
5.2.2 Implikasi Manajerial	159
5.3 Rekomendasi.....	170
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



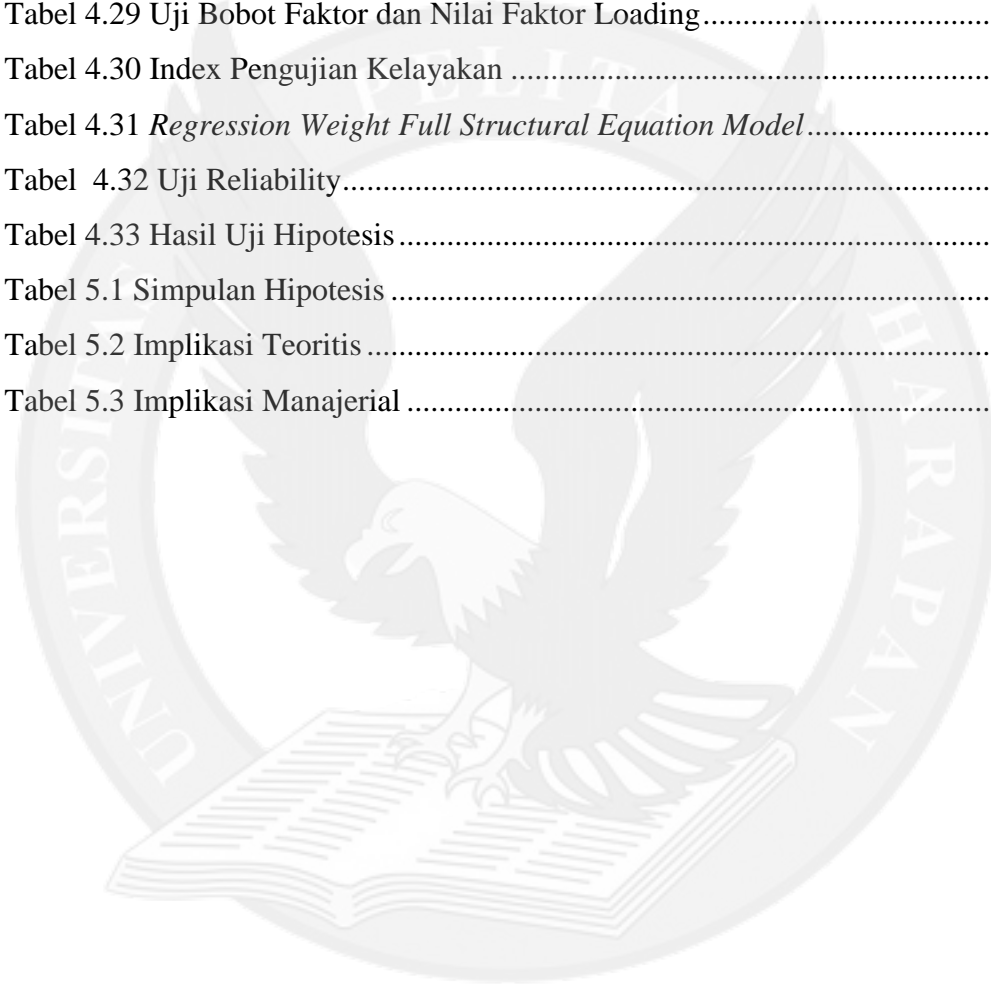
DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 FITUR APLIKASI PERTAMA GOJEK	3
Gambar 1.2 Fitur Aplikasi Tambahan Gojek.....	5
Gambar 1.3 Penilaian Konsumen Pada Aplikasi Gojek	9
Gambar 2.1 Model Penelitian	43
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	56
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	68
Gambar 4.3 Confirmatory Analysis Performance Expectancy, Effort Expectancy, Soacial Influence, Facilitating Conditions, Price Value, Hedonic Motivation, Online Review, dan Online Tracking	106
Gambar 4.4 Confirmatory Analysis Satisfaction dan Customer Loyalty	109
Gambar 4.5 Full Structural Equation Model.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	48
Tabel 3.2 Likert Sclae Point.....	50
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variable.....	51
Tabel 3.4 Keterangan Indikator Konstruk.....	56
Tabel 3.5 Keterangan Hubungan Antar Konstruk.....	57
Tabel 3.6 Kriteria Goodness of Fit Index.....	63
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	67
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Effort Expectancy</i>	72
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Social Influence</i>	73
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Facilitating Conditions</i>	74
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Price Value.....	76
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Hedonic Motivation	77
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Online Review	78
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Online Tracking	79
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap <i>Satisfaction</i>	80
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	81
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Performance Expectancy</i>	82
Tabel 4.15 Distibusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Effort Expectancy</i> .	84
Tabel 4.17 Distibusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	87
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price Value</i>	89
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	90
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Online Review</i>	91
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Online Tracking</i> ..	93
Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Satisfaction</i>	94

Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i>	96
Tabel 4.24 Goodness of Fit Index	98
Tabel 4.25 Hasil Uji Normalitas Data.....	99
Tabel 4.26 Statistik Deskriptif <i>Z-score</i>	102
Tabel 4.27 Mahalobis Distance.....	104
Tabel 4.28 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading.....	107
Tabel 4.29 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading.....	109
Tabel 4.30 Index Pengujian Kelayakan	112
Tabel 4.31 <i>Regression Weight Full Structural Equation Model</i>	112
Tabel 4.32 Uji Reliability.....	114
Tabel 4.33 Hasil Uji Hipotesis	116
Tabel 5.1 Simpulan Hipotesis	148
Tabel 5.2 Implikasi Teoritis	157
Tabel 5.3 Implikasi Manajerial	164



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A..... A-1

Lampiran B..... B-1

Lampiran C..... C-1

Lampiran D..... D-1

Lampiran E..... E-1

Lampiran F..... F-1

