

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 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 terselesainya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M, selaku *executive director* UPH Surabaya dan dosen pengajar yang telah membantu saya dalam banyak hal selama saya berkuliah di UPH Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku Kepala Jurusan Manajemen UPH Surabaya, dosen pengajar, dan dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada saya dalam penyelesaian penelitian ini.
3. Ibu Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penelitian, selalu memberikan saran-saran untuk menyelesaikan penelitian saya, dan sudah sabar menjadi dosen pembimbing saya dalam penelitian ini.
4. Bapak William Santoso S.E., M.AK, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Keluarga saya, Papa, Mama, dan Adik saya yang selalu senantiasa memberi saya semangat dan selalu mendoakan untuk menyelesaikan penelitian ini.

[]
[SEP]

6. Pacar saya , Feysi Kho dan saudara-saudara saya yang selalu mensupport saya sehingga saya bisa tetap semangat dan bisa menyelesaikan penelitian ini.
7. Teman-teman dan sahabat terbaik saya, Yehezkiel Kindangen, Yosua Irot, Paul Samuelson, Hendita Lionardo, dan teman-teman SMA saya yang sudah saling membantu dalam banyak hal dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.
8. Grup-grup sosial media, IBM 2018, Management A 2018, Sarjana Manajemen, PA 2018 A, TA 2021, dan lain-lain yang telah membantu dalam memberikan semangat dan juga membantu saya dalam menambah informasi seputar penelitian saya sehingga bisa menyelesaikan penelitian ini.
9. 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 penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 27 Agustus 2021

Matthew Andreas Angilbert Wurangian

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	16
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	19
1.5.2 Manfaat Praktis.....	20
1.6 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA DAN PEMBENGAN HIPOTESIS.....	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 <i>E-Loyalty</i>	22
2.1.2 <i>E-trust</i>	24
2.1.3 <i>E-satisfaction</i>	27
2.1.4 <i>Assurance</i>	30
2.1.5 <i>Ease of Use</i>	32
2.1.6 <i>E-Scape</i>	35
2.1.7 <i>Responsiveness</i>	38
2.1.8 <i>Customization</i>	41
2.2 Penelitian terdahulu.....	43

2.3	Pengembangan Hipotesis.....	45
2.3.1	Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap <i>E-trust</i>	45
2.3.2	Pengaruh <i>Ease of use</i> terhadap <i>E-trust</i>	46
2.3.3	Pengaruh <i>E-scape</i> terhadap <i>E-trust</i>	47
2.3.4	Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>E-trust</i>	48
2.3.5	Pengaruh <i>Customization</i> terhadap <i>E-trust</i>	49
2.3.6	Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	50
2.3.7	Pengaruh <i>Ease of use</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	50
2.3.8	Pengaruh <i>E-scape</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	51
2.3.9	Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	52
2.3.10	Pengaruh <i>Customization</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	53
2.3.11	Pengaruh <i>E-satisfaction</i> terhadap <i>E-trust</i>	54
2.3.12	Pengaruh <i>E-trust</i> terhadap <i>E-loyalty</i>	55
2.3.13	Pengaruh <i>E-satisfaction</i> terhadap <i>E-loyalty</i>	56
2.4	Metode Penelitian.....	57
2.5	Bagan Alur Berpikir.....	58
BAB III.....		Error! Bookmark not defined.
METODOLOGI PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.5	Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV		Error! Bookmark not defined.
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.

4.1	Gambaran umum Tiket.com.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Hasil Pengujian Kualitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Pengujian Hipotesis 1 (H_1).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Pengujian Hipotesis 2 (H_2).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Pengujian Hipotesis 3 (H_3).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Pengujian Hipotesis 4 (H_4).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.5	Pengujian Hipotesis 5 (H_5).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.6	Pengujian Hipotesis 6 (H_6).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.7	Pengujian Hipotesis 7 (H_7).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.8	Pengujian Hipotesis 8 (H_8).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.9	Pengujian Hipotesis 9 (H_9).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.10	Pengujian Hipotesis 10 (H_{10}).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.11	Pengujian Hipotesis 11 (H_{11}).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.12	Pengujian Hipotesis 12 (H_{12}).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.13	Pengujian Hipotesis 13 (H_{13}).....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....		Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN.....		Error! Bookmark not defined.
5.1	Simpuan.....	Error! Bookmark not defined.
5.1.1	Simpuan Atas Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
5.1.2	Simpuan Atas Masalah Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Implikasi	Error! Bookmark not defined.
5.2.1	Implikasi Teoritis	Error! Bookmark not defined.
5.2.2	Implikasi Manajerial	Error! Bookmark not defined.
5.3	Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
		Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....		A-1

LAMPIRAN A: KUISIONER PENELITIAN.....A-3

LAMPIRAN B : LAMPIRAN TABULASI DATA.....

LAMPIRAN C : LAPORAN HASIL ANALISIS DATA.....



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Data Pariwisata Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Statistik Penggunaan Internet di Dunia.....	4
Gambar 1.3 Gambaran Penggunaan Teknologi Informasi di Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Logo Tiket.com.....	7
Gambar 1.5 Data Peringkat dan kunjungan Website Online Travel Agent.....	8
Gambar 1.6 Gambar mengenai awal mula Tiket.com.....	9
Gambar 1.7 Penilaian Tiket.com.....	11
Gambar 1.8 Kebijakan Privasi Tiket.com.....	11
Gambar 1.9 Pemesanan Tiket Pesawat di Tiket.com.....	12
Gambar 1.10 Design Website Tiket.com.....	13
Gambar 1.11 Contact Person Tiket.com.....	15
Gambar 1.12 Fitur di Tiket.com.....	15
Gambar 2.1 Metode Penelitian.....	57
Gambar 4.1 Gambar Logo Tiket.com	
Gambar 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	82
Gambar 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	83
Gambar 4.3 ScatterPlot Uji Normalitas ASS, EOU, ESC, RES, CUS*ES.....	102
Gambar 4.5 ScatterPlot Uji Normalitas ASS, EOU, ESC, RES, CUS, ES*ET...	103
Gambar 4.6 ScatterPlot Uji Normalitas ES , ET* E.....	103
Gambar 4.7 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas ASS, EOU, ESC, RES, CUS * ES.....	105
Gambar 4.8 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas ASS, EOU, ESC, RES, CUS, ES * ET.....	105
Gambar 4.9 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas ES, ET * EL.....	106
Gambar 4.10 Hasil Uji Hipotesis	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Likert Scale Point.....	65
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	66
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	82
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	82
Tabel 4.3 Deskripsi Mean Rating Index.....	84
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>E-Loyalty</i>	84
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>E-Trust</i>	86
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>E-Satisfaction</i>	89
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Assurance</i>	91
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Ease of Use</i>	93
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>E-escape</i>	95
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Responsiveness</i>	96
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Customization</i>	98
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	100
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	101
Tabel 4.14 Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas.....	102
Tabel 4.15 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	104
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas.....	106
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	107

Tabel 4.18 Regresi Berganda Pengaruh Assurance (ASS), Ease of Use (EOU), E-Scape (ESc), Responsiveness (RES), dan Customization (CUS), terhadap E-Satisfaction (ES).....	108
Tabel 4.19 Regresi Berganda Pengaruh Assurance (ASS), Ease of Use (EOU), E-Scape (ESc), Responsiveness (RES), Customization (CUS), dan E-Satisfaction (ES) terhadap E-Trust (ET).....	111
Tabel 4.20 Regresi Sederhana Pengaruh E-Satisfaction (ES), dan E-Trust (ET) terhadap E-Loyalty (EL).....	114
Tabel 4.21 Rangkuman Hasil Hipotesis.....	116
Tabel 4.22 Indikator yang membentuk Assurance.....	136
Tabel 4.23 Indikator yang membentuk Ease of Use.....	138
Tabel 4.24 Indikator yang membentuk E-Scape.....	140
Tabel 4.25 Indikator yang membentuk Responsiveness.....	142
Tabel 4.26 Indikator yang membentuk Customization.....	144
Tabel 4.27 Indikator yang membentuk E-Satisfaction.....	146
Tabel 4.28 Indikator yang membentuk E-Trust.....	149
Tabel 4.29 Indikator yang membentuk E-Loyalty.....	152
Tabel 5.1 Implikasi Teori.....	170
Tabel 5.2 Implikasi Teori (lanj..).....	171
Tabel 5.3 Implikasi Teori (lanj..).....	172
Tabel 5.4 Implikasi Manajerial.....	183
Tabel 5.5 Implikasi Manajerial (lanj...).....	184
Tabel 5.6 Implikasi Manajerial (lanj...).....	185

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUISIONER PENELITIAN.....A-3

LAMPIRAN B : LAMPIRAN TABULASI DATA.....A-12

LAMPIRAN C : LAPORAN HASIL ANALISIS DATA.....A-22

LAMPIRAN D : BUKTI TURNITIN

