

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK DAN
KEPUASAN TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Studi pada pengguna aplikasi Neobank)**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen**



SITI MARWANAH

2201001015

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2021**

PERNYATAAN ORISINILITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

NAMA : Siti Marwanah

NIM : 2201001015

TANDA TANGAN :

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'S' followed by several loops and a final flourish.

TANGGAL : 02 Februari 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Siti Marwanah

NIM : 2201001015

Program Studi : Magister Manajemen

Judul Tesis : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK DAN KEPUASAN TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. (Studi pada pengguna aplikasi Neobank)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D


(Muchsin)

Pembahas I : Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T., M.M.


(.....)

Pembahas II : Dr. Jerry Haikal, S.T., M.M

(*Haikal*)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Januari 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH
ACKNOWLEDGEMENT

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis percaya bahwa keberhasilan penulisan dalam menyelesaikan Tesis ini adalah berkat dari Allah SWT serta tidak terlepas dari bantuan semua pihak mulai dari masa perkuliahan sampai dengan akhir perkuliahan. Penulis berterimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian tesis ini dan secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

- 1) Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, kepercayaan, dukungan moril dan materil selama saya menjalani penelitian ini;
- 2) Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T., M.M. dan Dr. Jerry Haikal, S.T., M.M. selaku dosen penguji ahli yang telah berkenan untuk menguji, memberikan masukan dan saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini;
- 3) Seluruh staf dan pengajar Program Studi Magister Manajemen yang telah memberi bantuan, ilmu dan bimbingan;
- 4) Seluruh responden pengguna Neobank yang telah bersedia menjadi responden dan membantu peneliti dalam memperoleh data yang diperlukan.
- 5) Kedua orang tua tercinta Papa Mama, Bapak Samtari dan Ibu Rosadah juga kedua Kakak dan keponakan yang tiada hentinya mendoakan, mendukung dan memberikan motivasi hingga penulis dapat mencapai titik ini.

- 6) Suamiku tercinta Hendra Yulianto yang selalu memberikan dukungan dan semangat, restu dan doa apapun pilihan istrinya hingga di tahun ke Sembilan pernikahan 2 kali wisuda Insya Allah.
- 7) Tidak lupa untuk anakku kelak, kapanpun kamu akan datang. Insya Allah aku ilmu ini kelak akan bermanfaat untuk mendidikmu.
- 8) Teman-teman di Bank Neo Commerce khususnya Divisi Digital Operations yang selama ini sudah membantu dan mendukung penulis selama masa perkuliahan hingga selesai, terimakasih banyak.
- 9) Para sahabat terbaik penulis yaitu Pramudio Aditianto, Ihsan Ainurrofiq, Bardani Bias Cahyadi dan Bayu Arifin yang sudah bersama sejak tugas pertama hingga tugas terakhir Tesis. Penulis bersyukur dipertemukan dengan kalian karena ambisi yang besar dan saling suportif bisa mengantarkan kita lulus 1,5 tahun. Ingat keep *challenging and interesting* hindari *weaknesses*!
- 10) Seluruh teman-teman Batch 14, terima kasih pertemanan selama masa perkuliahan ini.
- 11) Serta rekan, kerabat dan sahabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberi semangat dan dukungan selama menyelesaikan tesis ini.
- 12) Terakhir, penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena berani bermimpi lanjut S2 dan mewujudkannya dengan sangat baik. Terima kasih atas jerih payah dan segala pengorbanan selama perkuliahan. Kelulusan ini menjadi hadiah ulang tahun ke-29 terindah, *U did it very well!*

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Februari 2022

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Marwanah
NIM : 2201001015
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty, Free Right*), atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK DAN KEPUASAN TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. (Studi pada pengguna aplikasi Neobank)”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database, merawat dan mempublikasikan) Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 02 Februari 2022

Yang menyatakan,



Siti Marwanah

ABSTRAK

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK DAN KEPUASAN
TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Studi pada pengguna aplikasi Neobank)”**

Perkembangan digitalisasi perbankan terus berlanjut dan memberikan dampak signifikan bagi pasar, ditambah keadaan pandemi yang mengubah gaya konsumsi dan keseharian masyarakat. Selain itu penggunaan *smartphones* menjadi kebutuhan harian telah mengubah cara pandang melihat industri perbankan yang merupakan penyedia jasa keuangan yang menghimpun dana masyarakat, faktor kualitas pelayanan dan kepercayaan juga menjadi penentu dari loyalitas nasabahnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh E-Servqual dan *Satisfactions* terhadap *Trust* dan dampaknya terhadap *Loyalty*. Penelitian ini bersifat kausalitas, instrumen penelitian berupa kuesioner dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan jumlah sebanyak 165 responden. Metode penelitian ini menggunakan analisis jalur dengan alat bantu SPSS. Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang positif antara E-Servqual terhadap terbentuknya *Trust*, pengaruh *Satisfaction* terhadap terbentuknya *Trust*, pengaruh *Satisfaction* terhadap terbentuknya *Loyalty*, pengaruh *Trust* terhadap terbentuknya *Loyalty*. Temuan lainnya adalah E-Servqual tidak berpengaruh terhadap terbentuknya *Loyalty*. Oleh karena itu *Trust* berperan sebagai mediator atau perantara yang jika sudah ada, maka dapat membentuk *Loyalty*. Apabila tidak ada *Trust* maka tidak akan ada *Loyalty*, meskipun kualitas pelayanan bagus dan kepuasan sudah ada di para pengguna tapi tanpa adanya *Trust* maka *Loyalty* tidak akan tercipta.

Kata kunci: E-Servqual, *Satisfaction*, *Loyalty* dan *Trust*.

ABSTRACT

The development of banking digitalization continues and has a significant impact on the market, plus the pandemic situation that has changed people's consumption and daily lifestyles. In addition, the use of smartphones as a daily necessity has changed the perspective of seeing the banking industry, which is a provider of financial services that collect public funds. The factors of service quality and Trust are also determinants of customer loyalty. This study aimed to determine the effect of E-Servqual and Satisfaction on Trust and their impact on Loyalty. This research is causal, and the research instrument is a questionnaire with a purposive sampling technique with 165 respondents. This research method uses path analysis with SPSS tools. The results showed a positive relationship between E-Servqual on the formation of Trust, the effect of Satisfaction on the formation of Trust, the influence of Satisfaction on the formation of Loyalty, the influence of Trust on the formation of Loyalty. Another finding is that E-Servqual does not affect the formation of Loyalty. Therefore, the Trust acts as a mediator or intermediary that can form a Loyalty if it already exists. If there is no Trust, then there will be no Loyalty, even though the quality of service is good and Satisfaction already exists in the users, but without Trust, Loyalty will not be created.

Keywords: E-Servqual, Satisfaction, Loyalty and Trust.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
 BAB II KAJIAN PUSTAKA,	
KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
A. KAJIAN PUSTAKA	10
1. Kualitas Pelayanan Elektronik (e-SERVQUAL)	10
2. Kepuasan Konsumen (<i>Satisfaction</i>)	13
3. Kepercayaan Konsumen (<i>Trust</i>)	18
4. Loyalitas Konsumen (<i>Loyalty</i>).....	20
B. PENELITIAN TERDAHULU	22
C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS PENELITIAN	25
D. KERANGKA PEMIKIRAN	27
E. HIPOTESIS	28

BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Desain Penelitian	29
B. Variabel Penelitian	29
C. Definisi Operasional Variabel.....	29
D. Populasi dan Sampel	32
E. Jenis dan Sumber Data	32
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Teknik Analisis Data	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji Realibilitas	34
H. Uji Asumsi Klasik	34
1. Uji Normalitas Data	34
2. Uji Multikolinieritas	35
3. Uji Heterokdasitas	35
I. Uji Hipotesis	35
1. Koefisien Determinasi (R ²)	35
2. Uji Parsial (Uji t)	36
3. Uji Simultan (Uji F)	36
J. Analisis Jalur (Path Analysis)	37
K. Uji Korelasi Antar Dimensi	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
A. Karakteristik Responden	40
B. Uji Instrumen	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas	43
C. Analisis Deskriptif	43
D. Uji Asumsi Klasik	46
1. Uji Normalitas	46

2. Uji Multikolinearitas	47
3. Uji Heteroskedastisitas	48
E. Hasil Uji Hipotesis	49
1. Hasil Uji Analisis Jalur Model 1	49
2. Koefisien Determinasi Jalur Model 1	50
3. Hasil Uji Analisis Jalur Model 2	51
4. Koefisien Determinasi Jalur Model 2	52
5. Hasil Analisis Jalur Model 1 dan Model 2	52
6. Kausal Empiris Antar Jalur Model 1 dan Model 2	54
F. Matrik Korelasi	55
1. Korelasi Antar Variabel	55
2. Korelasi Antar Dimensi	56
G. Pembahasan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Asean Economic Outlook 2021</i>	1
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Mobile Internet di Indonesia tahun 2021	3
Gambar 1.3 Peringkat Aplikasi Neobank di <i>PlayStore</i> dan <i>AppStore</i>	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	46
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Gambar 4.3 Kausal Empiris	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Bank Swasta dan Digital di Indonesia	4
Tabel 1.2 Top 5 Kategori Komplain Pada Aplikasi Neobank	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 3.2 Matrik Korelasi Dimensi Antar Variabel	39
Tabel 3.3 Pedoman Penilaian Interpretasi Koefisien Korelasi	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2 Pengujian Validitas Variabel e- Servqual Tahap Kedua	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.4 Hasil Multikolinearitas I	47
Tabel 4.5 Hasil Multikolinearitas II	47
Tabel 4.6 Hasil Uji-t dan Uji-F Jalur Model 1	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi Jalur Model I	50
Tabel 4.8 Hasil Uji-t dan Uji-F Jalur Model 2	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi Jalur Model 2	52
Tabel 4.10 Hasil Analisis Jalur Model 1 dan Model 2	53
Tabel 4.11 Koefisien Korelasi Antar Variabel	55
Tabel 4.12 Koefisien Korelasi Antar Dimensi	56

DAFTAR LAMPIRAN

A. Kuesioner Penelitian	69
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	72
1. Tabel Statistik Deskriptif e-Servqual	72
2. Tabel Statistik Deskriptif <i>Satisfaction</i>	72
3. Tabel Statistik Deskriptif <i>Trust</i>	72
4. Tabel Statistik Deskriptif <i>Loyalty</i>	72
C. Pengujian Reliabilitas dan Validitas dengan SPSS	73
1. Analisis Validitas dan Reliabilitas e-Servqual	73
2. Analisis Validitas dan Reliabilitas e-Servqual – <i>Item Reduction</i>	75
3. Analisis Validitas dan Reliabilitas <i>Satisfaction</i>	76
4. Analisis Validitas dan Reliabilitas <i>Trust</i>	77
5. Analisis Validitas dan Reliabilitas <i>Loyalty</i>	78
6. Korelasi Antar Dimensi	80
D. Hasil Uji Turnitin	83