

**PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY* DAN *EFFORT EXPECTANCY* TERHADAP *E-LOYALTY* MAHASISWA
MELALUI *E-SATISFACTION* PADA INTEGRASI AI ASISTEN
TUTOR DALAM E-LEARNING UNIVERSITAS TERBUKA**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Magister Manajemen pada program studi Magister
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



RAHMAH SURYANI

2231011017

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Rahmah Suryani

NIM : 2231011017

Tanda Tangan : 

Tanggal : 21 Agustus 2025

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, nikmat, dan karunia yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan tepat waktu. Adapun proposal yang penulis buat ini dengan judul “ Pengaruh *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* Terhadap *E-loyalty* Mahasiswa melalui *E-Satisfaction* Pada Integrasi AI Asisten Tutor dalam E-learning Universitas Terbuka”.

Penulis menyadari dalam pembuatan proposal ini jauh dari kesempurnaan, mengingat kemampuan penulis dan waktu yang terbatas. Namun demikian, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin dengan kemampuan yang ada disertai dengan petunjuk, arahan, bantuan, dukungan, serta doa semua pihak yang telah ikut membantu penulis sehingga dapat terselesaikannya proposal ini. Dengan adanya bantuan baik moril, materil maupun spiritual kepada penulis, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan penghormatan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ibu Prof. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., IPU Selaku Rektor Universitas Bakrie
2. Bapak Prof. Dr. Dudi Rudianto, SE., MSi. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
3. Bapak Arief Bimotoro Suharko, Ph.D. Selaku Ketua Program Studi S2 Manajemen Universitas Bakrie.
4. Bapak Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang memberikan waktu, perhatian, pendampingan, kesabaran, dan bimbingan serta arahnya selama penulisan proposal ini.
5. Segenap dosen beserta pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie , yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan proposal ini baik secara langsung maupun tidak langsung.
6. Segenap untuk kedua Orang Tua saya, Terimakasih banyak selama ini telah mendidik dan merawat saya sampai detik ini, yang selalu banting tulang mencari rezeki untuk mencukupi segala kebutuhan dan keinginan

saya. Dan tidak lupa Mereka selalu mendukung setiap langkah saya untuk menggapai semua harapan dan mimpi menjadi kenyataan.

7. Segenap untuk Sahabat saya yaitu Gilberd Nugraha Silitonga, Putri Bonita R., Maya Nadila dan Moch. Roni yang selalu mendukung dan membantu saya di saat senang maupun susah. Sahabat satu Visi dan Misi dan mudah – mudahan selalu kompak sampai tua nanti.
8. Dan semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu.

Saya menyadari Banyak kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu Peneliti sangat membutuhkan kritik dan saran selalu penulis harapkan untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata saya berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk para pembaca dan dapat memberikan pengetahuan baru dan menjadi inspirasi bagi penulis selanjutnya. Sekian dan Terimakasih.

Jakarta, 21 Agustus 2025

Penulis



(Rahmah Suryani)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahmah Suryani
NIM : 2231011017
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
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 ini yang berjudul :

“ Application of Binary Logistic Regression Method Using Phyton to Analyze the Effect of Ease of use, Administrative Costs and Preferences on the Probability of Student Decisions Choosing Payment Channels for Course Registration Using Bank Mandiri.”

Dengan Hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatika, mengelola dalam bentuk pangakalan data (databest), 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

Pada Tanggal : 21 Agustus 2025

Yang menyatakan,



(Rahmah Suryani)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rahmah Suryani

NIM : 2231011017

Program Studi : S2 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* terhadap *E-loyalty* mahasiswa melalui *E-satisfaction* pada integrasi AI Asisten Tutor dalam E-learning Universitas Terbuka.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M. 

Dosen Penguji I : Prof. M. Taufiq Amir, S.E., M.M. Ph.D 

Dosen Penguji II : Dr. Okder Pendrian, S.TP., M.M. 

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 1 September 2025

PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY* DAN *EFFORT EXPECTANCY* TERHADAP *E-LOYALTY* MAHASISWA MELALUI *E-SATISFACTION* PADA INTEGRASI AI ASISTEN TUTOR DALAM E-LEARNING UNIVERSITAS TERBUKA

Rahmah Suryani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Performance Expectancy* (PE) dan *Effort Expectancy* (EE) terhadap *E-Loyalty* mahasiswa melalui *E-Satisfaction* (ES) pada integrasi AI Asisten Tutor dalam e-learning Universitas Terbuka. AI Asisten Tutor bukanlah layanan yang diakses langsung oleh mahasiswa, melainkan sistem yang memberikan umpan balik berupa nilai dan komentar pada forum diskusi serta tugas di e-learning.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei pada mahasiswa yang telah merasakan layanan tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Qualtrics dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa PE berpengaruh signifikan terhadap ES sebesar 41,4% dan EE terhadap ES sebesar 36,7%. Selanjutnya, ES berpengaruh signifikan terhadap E-Loyalty sebesar 55,7% serta terbukti memediasi hubungan PE dan EE terhadap E-Loyalty. Nilai R^2 menunjukkan bahwa PE dan EE mampu menjelaskan 67,2% variasi ES, sedangkan ES mampu menjelaskan 72,9% variasi E-Loyalty.

Analisis indikator ES memperlihatkan bahwa *Content Satisfaction* dan *Format Satisfaction* merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk kepuasan mahasiswa, dibandingkan dengan indikator lain yang kontribusinya relatif lebih rendah. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi mahasiswa terhadap kemanfaatan dan kemudahan layanan AI Asisten Tutor dalam memberikan feedback meningkatkan kepuasan, terutama melalui kualitas konten dan format, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas mahasiswa terhadap e-learning Universitas Terbuka.

Kata Kunci: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, E-Satisfaction, E-Loyalty,*

***The Effect of Performance Expectancy and Effort Expectancy on
Students' E-Loyalty through E-Satisfaction in the Integration of AI Tutor
Assistant in Universitas Terbuka E-Learning***

Rahmah Suryani

ABSTRACT

This study investigates the influence of Performance Expectancy (PE) and Effort Expectancy (EE) on students' E-Loyalty through E-Satisfaction (ES) in the integration of the AI Tutor Assistant within Universitas Terbuka's e-learning system. The AI Tutor Assistant is not directly accessed by students but functions as a system that provides feedback in the form of grades and comments on discussion forums and assignments. A quantitative approach was employed using a survey distributed to students who had experienced the service. Data were collected through a Qualtrics-based questionnaire and analyzed with Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS).

The results show that PE significantly affects ES by 41.4% and EE by 36.7%. ES significantly influences E-Loyalty by 55.7% and mediates the relationship between PE, EE, and E-Loyalty. The R^2 values reveal that PE and EE explain 67.2% of the variance in ES, while ES explains 72.9% of the variance in E-Loyalty. Furthermore, the indicator analysis highlights Content Satisfaction and Format Satisfaction as the most dominant contributors to ES. These findings emphasize that students' perceptions of the usefulness and ease of use of the AI Tutor Assistant in providing feedback enhance satisfaction, particularly through content and format quality, which in turn reinforces students' loyalty to Universitas Terbuka's e-learning.

Keyword : Performance Expectancy, Effort Expectancy, E-Satisfaction, E-Loyalty,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan masalah.....	16
1.3. Tujuan Penelitian.....	17
1.4. Manfaat Penelitian.....	18
a. Manfaat Teoritis	18
b. Manfaat Praktis.....	18
1.5. Batasan Penelitian.....	18
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	20
2.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2.....	20
2.2 Performance Expectancy	23
2.2.1 Pengertian Performance Expectency	23
2.2.2 Dimensi <i>Performance Expectancy</i>	23
2.2.3 Indikator <i>Performance Expectancy</i>	24
2.3.2 Dimensi <i>Effort Expectancy</i>	27
2.3.3 Indikator <i>Effort Expectancy</i>	27
2.4 E-Learning.....	28
2.4.1 Pengertian E-Learning.....	28
2.4.2 Aspek Utama E-Learning.....	29

2.5 <i>E – Satisfaction</i>	29
2.5.1 Pengertian <i>E-Satisfaction</i>	29
2.5.2 Dimensi <i>E-Satisfaction</i>	30
2.5.3 Indikator E-Satisfaction.....	31
2.6 <i>E- Loyalty</i>	32
2.6.1 Pengertian E- Loyalty.....	32
2.6.2 Dimensi <i>E-Loyalty</i>	33
2.6.3 Indikator <i>E-Loyalty</i>	34
2.7. Penelitian Terdahulu.....	35
2.8. Kerangka Berpikir	51
2.9. Hipotesis	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
3.1. Jenis Penelitian	54
3.2. Populasi dan Sampel	55
3.2.1 Populasi.....	55
3.2.2 Sampel.....	55
3.3. Jenis dan Sumber Data	57
3.3.1 Jenis Data	57
3.3.2 Sumber Data	57
3.4. Teknik Pengumpulan Data	58
3.5. Variabel Penelitian dan Operational Variabel	58
3.5.1 Variabel Penelitian	58
3.5.2 Operasional Variabel	59
3.6. Skala Pengukuran	65
3.7. Metode Analisis Data	66
3.7.1 Analisis Model Struktural (<i>Outer Model</i>)	67
3.7.1 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	68
3.8. Uji Hipotesis.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Deskripsi Penyebaran Kuesioner dan Eligibilitas Responden	69
4.2 Demografi Responden.....	70

4.3 Analisis Outer Model	72
4.3.1 Validitas Konvergen.....	75
4.3.2 Validitas Diskriminan	81
4.3.3 Reliabilitas.....	87
4.4 Analisis Inner Model.....	89
4.4.1 Koefisien Determinasi.....	89
4.4.2 f-Square	90
4.4.3 Importance Performance Matrix Analysis (IPMA).....	91
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	92
4.5 Pembahasan Temuan.....	94
4.5.1 Performance Expectancy Berpengaruh Positif dan Signifikan Pada E-Satisfaction.....	94
4.5.2 Effort Expectancy Berpengaruh Positif dan Signifikan Pada E-Satisfaction	95
4.5.3 E-Satisfaction Memiliki Dampak Positif dan Signifikan Pada E-Loyalty..	96
4.5.4 Performance Expectancy Ditemukan Berpengaruh Positif dan Signifikan Pada E-Loyalty.....	97
4.5.5 Effort Expectancy Ditemukan Berpengaruh Negatif Namun Tidak Signifikan Pada E-Loyalty.....	99
4.5.6. Performance Expectancy berpengaruh positif terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction	100
BAB V PENUTUP	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Mata kuliah yang diintegrasikan oleh AI Asisten Tutor pada e-learning.....	13
Tabel 1. 2 Contoh Umpan Balik yang diberikan oleh AI Asisten Tutor dalam forum diskusi e-learning.....	14
Tabel 4. 1 Ringkasan Data Penelitian.....	69
Tabel 4. 2 Karakteristik Demografi Responden	70
Tabel 4. 3 Factor Loading.....	75
Tabel 4. 4 Hasil Pengujian AVE	79
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Cross Loading	81
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	87
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Adjusted R^2	89
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Kekuatan Pengaruh	90
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Bootstrapping	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Peserta NIM aktif Per Masa di E-Learning.	9
Gambar 1. 2 Jumlah kelas Per Masa	10
Gambar 1. 3 Jumlah Tutor Per Masa	11
Gambar 1. 4 Diskusi belum dinilai	12
Gambar 2. 1 Kerangka berpikir	52
Gambar 4. 1 Hasil Analisis PLS Algorithm	72
Gambar 4. 2 Analisis Konstruk Performance Expectancy	73
Gambar 4. 3 Analisis Konstruk Effort Expectancy	74
Gambar 4. 4 Analisis Konstruk E-Satisfaction.....	74
Gambar 4. 5 Analisis Konstruk E-Loyalty	75
Gambar 4. 6 Grafik IPMA	91
Gambar 4. 7 Ilustrasi Hasil Uji Bootstrapping Inner Model	92