DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Identifikasi Masalah 9
1.3. Batasan Masalah 10
1.4. Rumusan Masalah 10
1.5. Tujuan Penelitian 10
1.6. Manfaat Penelitian 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA **12**
2.1. Landasan Teori 12
2.1.1. E-Loyalty (Loyalitas Pengguna) 12
2.1.2. E-Service Quality (Kualitas Pelayanan) 15
2.1.3. E-Satisfaction (Kepuasan Konsumen) 20
2.2. Penelitian Terdahulu 23
2.3. Kerangka Berfikir 30
2.4. Hipotesis Penelitian 32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN **33**
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian 33
3.2. Jenis Penelitian 33
3.3. Populasi dan Sampel 34
3.3.1. Populasi 34
3.3.2. Sampel 35
3.4. Variabel Penelitian 36
3.5. Definisi Operasional Variabel 37
3.6. Desain Penelitian 39
3.7. Teknik Pengumpulan Data 40
3.8. Instrumen Penelitian 41
3.8.1 Uji Validitas 42
3.8.2 Uji Reliabilitas 42
3.9. Prosedur Penelitian 43
3.10. Analis Data 45
3.11. Uji Asumsi Klasik 45
3.11.1. Analisis Regresi Linear Berganda 47

3.11.2. Uji Hipotesis 48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 51
4.1 Hasil Penelitian.....51
4.1.1 Profil Singkat OVO 51
4.1.2 Visi dan Misi OVO.....52
4.1.3 Logo OVO 53
4.2 Deskripsi Karakter Responden.....53
4.2.1 Analisis Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....53
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Responden Mengenai OVO.....54
4.2.3 Analisis Deskripsi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan OVO 56
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan OVO dalam 1 bulan.....57
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan OVO Dalam Bertransaksi.....58
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Fitur Aplikasi yang Paling Sering Digunakan 60
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Utama Menggunakan Aplikasi OVO 61
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi yang Paling Sering Menggunakan Aplikasi OVO.....63
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Metode Pembayaran yang Paling Sering Digunakan 64
4.2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan E-Wallet lain Yang Sering Digunakan.....65
4.2.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Perangkat yang Digunakan Untuk Mengakses Aplikasi OVO..... 66
4.3 Uraian Tentang Variabel yang Diteliti.....67
4.3.1 E-Service Quality (X1) 68
4.3.2 E-Satisfaction (X2) 74
4.3.3 E-Loyalty (Y).....79
4.4 Uji Instrumen.....82
4.4.1 Uji Validitas.....82
4.4.2 Uji Reliabilitas 84
4.5 Uji Asumsi Klasik 84
4.5.1 Uji Normalitas.....85
4.5.2 Uji Multikolinearitas 89
4.5.3 Uji Heteroskedastitas 90
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....91
4.7 Uji Hipotesis.....92
4.7.1 Uji T.....93
4.7.2 Uji F.....94
4.8 Koefisien Determinasi R^2 95
4.9 Pembahasan.....97

4.9.1 *E-Service Quality* Berpengaruh Terhadap *E-Loyalty* Pengguna Aplikasi OVO pada Mahasiswa Prodi Seni Kuliner Basic dan Middle Politeknik Pariwisata Medan 97
4.9.2 *E-Satisfaction* Berpengaruh Terhadap *E-Lotyalty* Pengguna Aplikasi OVO pada Mahasiswa Prodi Seni Kuliner Basic dan Middle Politeknik Pariwisat Medan.....98
4.9.3 *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* Berpengaruh terhadap *E-Loyalty* Pengguna Aplikasi OVO pada Mahasiswa program Studi Seni Kuliner Basic dan Middle Politeknik Pariwisata Medan...100

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....103
5.1 Kesimpulan.....103
5.2 Saran.....104

DAFTAR PUSTAKA.....106
LAMPIRAN.....111