

TESIS

**PENGARUH *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) TERHADAP
CUSTOMER EXPERIENCE, *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
*CUSTOMER LOYALTY***

(Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek di Banjarmasin)

Diajukan sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen pada
Program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat



Oleh:

**Salsabila Oktavianca
NIM. 2220318320005**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tesis : Pengaruh *Artificial Intelligence* (AI) terhadap *Customer Experience*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* (Studi pada pengguna aplikasi Gojek di Banjarmasin)

Nama : **Salsabila Oktavianca**

NIM : **2220318320005**

Pembimbing,



Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si

NIP 197307272001122001

Mengetahui,

Kordinator Program Magister Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Lambung Mangkurat



Dr. Meiske Claudia, SE, MM

NIP 197210102003122002

Tanggal Lulus: 29 Mei 2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) TERHADAP
CUSTOMER EXPERIENCE, *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
CUSTOMER LOYALTY((Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek di
Banjarmasin)**

T E S I S

Oleh
SALSABILA OKTAVIANCA
NIM. 2220318320005

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M.)

pada tanggal :29 Mei 2024

Pembimbing



Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si

NIP 197307272001122001

Mengetahui,

Kordinator Program Magister Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Lambung Mangkurat



Dr. Meiske Claudia, SE, MM

NIP 197210102003122002

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah **TESIS** saya yang berjudul:

PENGARUH *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) TERHADAP *CUSTOMER EXPERIENCE*, *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Banjarmasin)

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini yang disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah **TESIS** ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia **TESIS** ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (**M.M.**) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku (**UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70**).

Banjarmasin, 06 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Salsabila Oktavianca

NIM 2220318320005

ABSTRACT

Salsabila Oktavianca, The Influence of Artificial Intelligence (AI) on Customer Experience, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty: A Study on Gojek App Users in Banjarmasin, RR. Yulianti Prihatiningrum (Supervisor)

Keywords: *Artificial Intelligence, Customer Experience, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

This study aims to identify and analyze the influence of Artificial Intelligence (AI) as an independent variable on Customer Experience, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty as dependent variables among Gojek app users in Banjarmasin.

The research method involves a questionnaire administered to a sample of 140 Gojekapp users in Banjarmasin, selected from the population of Gojek app users in the Banjarmasin area. The variables are measured using a Likert scale technique with a weightrange from 1 to 5. To determine the correlation between the independent variable and the dependent, the statistical technique SmartPLS (Partial Least Square) is utilized.

The results indicate that: (1) Artificial Intelligence has a positive and significant impact on Customer Experience, (2) Artificial Intelligence has a positive and significant impact on Customer Satisfaction, (3) Artificial Intelligence has a positive and significant impact on Customer Loyalty, (4) Customer Experience has a positive and significant impact on Customer Satisfaction, and (5) Customer Satisfaction has a positive and significant impact on Customer Loyalty.

Banjarmasin, June 4 2024

Approved by :

Head of Language Center



Dr. Jumariati, M. Pd.
NIP. 197608062001122002

ABSTRAK

Salsabila Oktavianca, Pengaruh *Artificial Intelligence* (AI) terhadap *Customer Experience*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*: (Studi pada pengguna aplikasi Gojek di Banjarmasin). RR. Yulianti Prihatiningrum (pembimbing).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara *Artificial Intelligence* sebagai variabel independen dan *Customer Experience*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* sebagai variabel dependen pada pengguna aplikasi Gojek di Banjarmasin.

Metode penelitian ini menggunakan kuesioner dengan sampel 140 pengguna aplikasi Gojek di Banjarmasin sebagai sampel dan telah dipilih dari populasi penelitian adalah pengguna aplikasi Gojek di wilayah Banjarmasin. Pengukuran variabel menggunakan teknik Skala *Likert* dengan skala bobot dari 1 sampai 5. Untuk mengetahui korelasi antara variabel *independen* terhadap variabel *dependent* menggunakan teknik statistik SmartPLS (*Partial Least Square*).

Hasil penelitian menyatakan bahwa (1) *Artificial Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Experience*, (2) *Artificial Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, (3) *Artificial Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, (4) *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan (5) *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

Kata kunci: *Artificial Intelligence*, *Customer Experience*, *Customer Satisfaction* *Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan pertolongan-NYA sehingga tesis ini dapat tersusun hingga selesai dengan judul **Pengaruh *Artificial Intelligence* (AI) terhadap *Customer Experience*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek di Banjarmasin)**. Tesis ini ditulis untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari dalam penulisan tesis ini menemukan hambatan dan kendala namun karena adanya bantuan baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan yang tak terhingga kepada pihak yang telah membantu, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Ibu Dr. Meiske Claudia, SE, MM selaku Kordinator Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk konsultasi dan memberikan ide-ide yang menyempurnakan tesis saya. Terima kasih atas saran serta solusi yang sangat membantu dalam menyelesaikan tesis ini. Dedikasi dan arahan beliau telah memberikan motivasi yang besar dan sangat berarti.

4. Ibu Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D dan Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang telah meningkatkan kualitas tesis ini. Dukungan dan pengajaran para dosen penguji sangat berharga untuk karier akademis dan profesional penulis di masa depan.
5. Seluruh dosen pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal bagi penulis.
6. Orang tua, adik, dan pasangan saya yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat, serta dukungan. Terima kasih atas bantuan dan dorongan yang tidak pernah berhenti sepanjang proses penyusunan tesis ini dan memberikan saya kekuatan untuk menyelesaikan tesis ini.
7. Seluruh teman – teman saya selama perkuliahan dari Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat angkatan 2022.

Banjarmasin, 19 Mei 2024



Salsabila Oktavianca

2220318320005

DAFTAR ISI

HALAMAN

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	16
1.3. Tujuan Penelitian	17
1.4. Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Landasan Teori	19
2.2. Penelitian Terdahulu	32
BAB III KERANGKA PIKIRAN/KERANGKA KONSEPTUAL/MODEL PENELITIAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	34
3.1. Kerangka Pikir/Kerangka Konseptual/Model Penelitian	34
3.2. Hipotesis Penelitian.....	35
BAB IV METODE PENELITIAN	41
4.1. Jenis dan Tempat Penelitian	41

4.2. Unit Analisis	41
4.3. Populasi dan Ukuran Sampel	41
4.4. Teknik Sampling	42
4.5. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	43
4.6. Pengukuran Variabel	43
4.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	44
4.8. Pengumpulan Data	45
4.9. Metode Analisis Data	47

BAB V HASIL PENELITIAN

5.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
5.2. Karakteristik Responden	55
5.3. Analisis Deskriptif Jawaban Responden	63
5.4. Uji Validitas dan Rentabilitas Instrumen	72
5.5. Hasil Pengujian Hipotesis	82
5.6. Implikasi Hasil Penelitian	88
5.6.1. Kontribusi/Implikasi Teoritis	88
5.6.2. Implikasi Manajerial	90
5.7. Keterbatasan Penelitian	91

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	93
6.2. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
	Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	44
	Tabel 4.2 Tafsiran Nilai Rata – Rata.....	48
	Tabel 4.3 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran	

(Outer Model).....	51
Tabel 4.4 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran	
(Inner Model).....	52
Tabel 4.5 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Uji Hipotesis	52
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	61
Tabel 5.6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Artificial Intelligence</i>	62
Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Experience</i>	64
Tabel 5.8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	66
Tabel 5.8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Loyalty</i>	68
Tabel 5.9 Nilai Uji <i>Convergent Validity</i>	70
Tabel 5.10 <i>Cross Loading</i>	72
Tabel 5.11 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	73
Tabel 5.12 HTMT	73
Tabel 5.13 Nilai Uji Reliabilitas	74
Tabel 5.14 Nilai VIF	76
Tabel 5.15 Nilai Q ²	77
Tabel 5.16 Nilai Uji <i>R-Squares</i>	78
Tabel 5.17 <i>F-squares (F²)</i>	78
Tabel 5.18 Pengujian <i>Goodness Of Fit</i>	79
Tabel 5.19 <i>Path Coefficients</i>	80

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Layanan Transportasi Online 2023	4
Gambar 1.2 Jenis Layanan Gojek	6
Gambar 1.3 Bentuk AI dalam Aplikasi Gojek (Optimasi Rute)	7
Gambar 1.4 Bentuk AI dalam Aplikasi Gojek (Prediksi Waktu Kedatangan ETA)	8
Gambar 1.5 Bentuk AI dalam Aplikasi Gojek (Deteksi Keamanan).....	9
Gambar 1.6 Bentuk AI dalam Aplikasi Gojek (Rekomendasi Menu dan Restoran).....	10
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual (Model Penelitian)	35
Gambar 4.1 Diagram Jalur dalam <i>Reticular Action Modeling</i>	50
Gambar 5.1 Pengujian Validitas berdasarkan <i>Outer Loading</i>	71
Gambar 5.2 Pengujian Validitas berdasarkan <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	72
Gambar 5.3 Pengujian Reliabilitas berdasarkan <i>Cronbach's Alpha</i>	75
Gambar 5.4 Pengujian Reliabilitas berdasarkan <i>Rho_A</i>	75
Gambar 5.5 Pengujian Reliabilitas berdasarkan <i>Composite Reliability</i>	75
Gambar 5.6 Pengujian Signifikansi Pengaruh Langsung.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halam
LAMPIRAN I: Tabel Penelitian Sebelumnya.....	103
LAMPIRAN II: Tabel Pengembangan Instrumen	106
LAMPIRAN III: Kuesioner Penelitian	110
LAMPIRAN IV: Hasil Kuesioner Responden.....	114
LAMPIRAN V: <i>Output</i> Pengujian <i>Smartpls</i>	119