

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas karunia, berkat, dan hikmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA REVIEW, BRAND SATISFACTION, DAN SERVICE OPERATIONS SERTA PROMOTIONS SEBAGAI MODERATING TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI PERUSAHAAN ONLINE RETAIL JD.ID INDONESIA ”** dengan baik, dimana Tugas Akhir ini menjadi salah satu persyaratan akademik dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Pelita Harapan.

Peneliti mengetahui bahwa tanpa adanya doa, dukungan, semangat, dan bimbingan dari berbagai pihak, peneliti tidak bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, peneliti ingin memberikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah ikut terlibat pada proses pembuatan dan penyelesaian tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph. D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Bapak Niel B. Nielson, MA., Ph. D selaku Penasihat Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A selaku Ketua Konsentrasi Retail dan Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu dan wawasan juga

memberikan waktunya untuk melakukan bimbingan dengan sabar, serta senantiasa memberikan dukungan pada peneliti.

5. Ibu Dr. Sabrina O. Sihombing, M. Bus. selaku dosen Penasehat Akademik penulis
6. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan yang sudah memberikan kontribusi dalam mendidik, berbagi ilmu, dan memberikan pengalaman yang berharga pada peneliti selama mengikuti perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
7. Staf Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah membantu peneliti dalam kegiatan admistratif selama perkuliahan
8. Orang tua, saudara kandung, dan anggota keluarga yang tiada henti memberikan doa, motivasi, dukungan, dan kasih sayang kepada peneliti
9. Seluruh teman-teman saya yang selalu setia menemani, memberikan dukungan, dan bantuan dalam menyelesaikan Tugas Akhir

Peneliti menyadari bahwa penelitian Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga peneliti sangat terbuka pada kritik, saran, serta masukan yang dapat bermanfaat dalam menambah wawasan dan juga menyempurnakan Tugas Akhir ini. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih dan bermanfaat bagi para pembaca dan penelitian selanjutnya.

Tangerang, 18 Desember 2020 ,

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR..... | <i>i</i> |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR..... | <i>ii</i> |
| PERSETUJUAN TIM TUGAS AKHIR..... | <i>iii</i> |
| ABSTRAK..... | <i>iv</i> |
| KATA PENGANTAR..... | <i>v</i> |
| DAFTAR ISI..... | <i>vi</i> |
| DAFTAR GAMBAR..... | <i>viii</i> |
| DAFTAR TABEL..... | <i>ix</i> |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | <i>1</i> |
| 1.1 Latar belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan masalah..... | 15 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan penelitian..... | 17 |
| 1.3.1 Tujuan penelitian..... | 17 |
| 1.3.2 Kegunaan penelitian..... | 18 |
| 1.4 Manfaat penelitian..... | 18 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 19 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | <i>20</i> |
| 2.1 Industri Online Retail..... | 20 |
| 2.2 Variabel yang diteliti..... | 20 |
| 2.2.1 Customer Satisfaction..... | 27 |
| 2.2.2 Social Media Review..... | 21 |
| 2.2.3 Brand Satisfaction..... | 23 |
| 2.2.4 Service Operations..... | 24 |
| 2.2.5 Promotions..... | 26 |
| 2.3 Hipotesis..... | 28 |
| 2.4 Metode penelitian..... | 34 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | <i>36</i> |
| 3.1 Objek penelitian..... | 36 |
| 3.2 Unit Analisis..... | 37 |
| 3.3 Desain Penelitian..... | 37 |
| 3.4 Populasi dan Sampel..... | 38 |
| 3.4.1 Penentuan jumlah sampel..... | 39 |

| | |
|---|-----------|
| 3.4.2 Metode pengumpulan Sampel | 40 |
| 3.5 Operasional Variabel Penelitian | 41 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data | 46 |
| 3.6.1 Skala Pengukuran | 47 |
| 3.7 Metode Analisis Data | 50 |
| 3.8 Pengujian Instrumen Penelitian | 51 |
| 3.8.1 Uji Validitas | 51 |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas | 52 |
| 3.9 Hasil Pretest | 53 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 59 |
| 4.1. Profil Responden | 59 |
| 4.1.1 Jenis Kelamin | 60 |
| 4.1.2 Usia | 61 |
| 4.1.3 Domisili | 62 |
| 4.1.4 Jumlah Pendapatan | 63 |
| 4.2 Hasil Analisis Data | 64 |
| 4.2.1 Statistik Deskriptif | 64 |
| 4.2.2 Statistik Inferensial | 73 |
| 4.3 Pengujian Hipotesis | 85 |
| 4.4 Pembahasan | 89 |
| 4.4.1 Social Media Review terhadap Customer Satisfaction | 89 |
| 4.4.2 Brand Satisfaction terhadap Customer Satisfaction | 90 |
| 4.4.3 Service Operation terhadap Customer Satisfaction | 91 |
| 4.4.4 Interaksi Sosial Media Review dan Promotions Terhadap Customer Satisfaction | 93 |
| 4.4.5 Interaksi Service Operation dan Promotions terhadap Customer Satisfaction | 95 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 97 |
| 5.1 Kesimpulan | 97 |
| 5.2. Implikasi Manajerial | 99 |
| 5.3. Keterbatasan Penelitian | 103 |
| 5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya | 103 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 nilai valuasi e-commerce retail di Indonesia..... | 3 |
| Gambar 1.2 pertumbuhan internet retail di dunia | 5 |
| Gambar 1.3 perusahaan JD.com menjadi nomor 1 dalam perusahaan yang termasuk “top 10 risers” pada tahun 2018 secara Global | 7 |
| Gambar 1.4 JD.com termasuk 5 perusahaan terbaik pada tahun 2020 di China..... | 7 |
| Gambar 1.5 grafik pengunjung website Jd.id tahun 2018-2020 | 9 |
| Gambar 1.6 keluhan konsumen JD.id | 10 |
| Gambar 1.7 Social media overview di Indonesia..... | 11 |
| Gambar 1.8 pengunjung media sosial Jd.id di Indonesia tahun 2020 | 11 |
| Gambar 1.9 ulasan rating&review pada aplikasi Jd.id 2020..... | 11 |
| Gambar 1.10 ulasan media sosial Jd.id | 12 |
| Gambar 1.11 ulasan Facebook Jd.id dan Lazada | 13 |
| Gambar 1.12 daftar e-commerce di Indonesia tahun 2019 | 14 |
| Gambar 2.1 model penelitian | 44 |
| Gambar 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... | 60 |
| Gambar 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia..... | 61 |
| Gambar 4.3 karakteristik responden berdasarkan domisili | 62 |
| Gambar 4.4 karakteristik responden berdasarkan pendapatan | 63 |
| Gambar 4.6 outer model..... | 74 |
| Gambar 4.7 path model pls alogarithm | 82 |
| Gambar 4.8 path model pls boothstrapping | 83 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 daftar e-commerce yang paling banyak dikunjungi di Indonesia tahun 2018-2019 | 14 |
| Tabel 3.1 operasional variabel dan indikator penelitian | 40 |
| Tabel 3.2 skala likert | 50 |
| Tabel 3.3 hasil uji validitas konvergen pendahuluan - outer loadings | 52 |
| Tabel 3.4 Hasil uji validitas indikator yang tidak valid | 54 |
| Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan - Average Variance Extracted (AVE) | 55 |
| Tabel 3.6 Hasil Uji Diskriminan Pendahuluan - Fornell and Larcker | 57 |
| Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Pendahuluan - Composite Reliability | 64 |
| Tabel 4.1 Klasifikasi Sikap | 65 |
| Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Social Media Review | 67 |
| Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Brand Satisfaction | 68 |
| Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Service Operations | 70 |
| Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Promotions | 71 |
| Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Customer Satisfaction | 74 |
| Tabel 4.7 Uji Validitas Konvergen Aktual Berdasarkan Factor Loading | 76 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Konvergen Aktual – AVE | 77 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual - Fornell and Larcker Criterion | 78 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual - Heterotrait - Monotrait Ratio (HTMT) | 80 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas – Composite Reliability | 82 |
| Tabel 4.12 Nilai R Square (R^2) | 83 |
| Tabel 4.13 VIF | 84 |
| Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis | 85 |