

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan guna mengejar studi yaitu Strata Dua Magister Manajemen di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesainya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M. sebagai *executive director* di Universitas Pelita Harapan Surabaya, serta sebagai pembimbing utama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, meluangkan waktu serta memberikan dorongan yang begitu tinggi dan besar kepada saya dari awal perkuliahan hingga penelitian tugas akhir ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M. selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama perkuliahan di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
3. Hananiel M. Gunawan, BA, MBA. selaku dosen penguji pertama yang memberikan masukan dan arahan untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. ... selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan dan arahan untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Para staff pengajar Program Magister Strata Dua Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui suatu kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan

pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.

6. Kedua orang tua dukungan dan kasih sayangnya yang selalu memberi dukungan agar perkuliahan serta tesis ini dapat cepat selesai dan sukses mendapatkan nilai terbaik.
7. Viko Andre Benaya terimakasih telah mendukung, dan terus memberikan support dari awal perkuliahan hingga terus memberikan dukungan agar Thesis ini cepat diselesaikan dan saya dapat lulus tepat waktu.
8. Teman-teman Mahasiswa S2 Universitas Pelita Harapan Surabaya angkatan tahun 2019 yang sangat saya cintai yang sudah berjuang dari awal sampai akhir dalam proses serta dalam membantu saya untuk tugas penelitian ini, terimakasih sudah mau menjadi tempat untuk saya sharing keluh kesah saya dan ingat terus kita selalu teman seperjuangan.
9. Sahabat-sahabat saya yang tercinta serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 13 Desember 2020

Kartina Tansy

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR IDENTITAS PENGUJI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.5.2 Manfaat Praktis.....	15
1.6 SistematikaPenulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	17
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.1.3 <i>Kinesics</i> .....	21
2.1.4 <i>Proxemics</i> .....	22
2.1.5 <i>Paralanguage</i> .....	23
2.1.6 <i>Physical Appearance</i> .....	24

2.1.7 <i>Emotional Response</i> .....	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	31
2.3.1 Pengaruh <i>Kinesics</i> terhadap <i>Emotional Response</i> .....	31
2.3.2 Pengaruh <i>Proxemics</i> terhadap <i>Emotional Response</i> .....	31
2.3.3 Pengaruh <i>Paralanguage</i> terhadap <i>Emotional Response</i> .....	32
2.3.4 Pengaruh <i>Physical Appearance</i> terhadap <i>Emotional Response</i> .....	32
2.3.5 Pengaruh <i>Emotional Response</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	33
2.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	34
2.4 Model Penelitian .....	35
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sampel .....	38
3.2.1 Populasi .....	38
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	43
3.5 Metode Analisis Data .....	43
3.5.1 Uji Reliabilitas .....	54
<b>BAB VI ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>56</b>
4.1 Gambaran Umum .....	56
4.1.1 PT. Telkomsel .....	56
4.1.2 Profil Responden .....	57
4.1.2.1 Jenis Kelamin Responden .....	58
4.1.2.2 Usia Responden.....	59
4.2 Analisis Data .....	60
4.2.1 Tanggapan Responden .....	60
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	69
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Kinesics</i> .....	69
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Proxemics</i> .....	71



5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis .....	120
5.1.1.1 Pengaruh Kinesics terhadap Emotional Response .....	120
5.1.1.2 Pengaruh Proxemics terhadap Customer Experience Quality .....	121
5.1.1.3 Pengaruh Paralanguage terhadap Emotional Response .....	122
5.1.1.4 Pengaruh Physical Appearance terhadap Emotional Response.....	123
5.1.1.5 Pengaruh Emotional Response Terhadap Customer Satisfaction .....	124
5.1.1.6 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty .....	125
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	126
5.2 Implikasi.....	127
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	127
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	128
5.3 Rekomendasi .....	136
DAFTAR PUSTAKA .....	138

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Veronika GraPARI Telkomsel .....	9
Gambar 1. 2 Customer Service GraPARI Telkomsel .....	9
Gambar 2. 1 Model Penelitian Penelitian Terdahulu .....	28
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	35
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis .....	47
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	58
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	59
Gambar 4.3 <i>Confirmatory Analysis Service quality, Product variety, Price, Information quality, Source credibility, dan Storeatmosphere</i> .....	86
Gambar 4.4 <i>Confirmatory Analysis Perceived value, Customer satisfaction dan Customer loyalty</i> .....	87
Gambar 4.5 Full Structural Equation Model (Base Model) .....	91
Gambar 4.6 Estimasi Full Structural Equation Model(Modification Model).....	92
Gambar 4. 7 Offline Store Permanen Surabaya & Pop Up Store Berrybenka Jakarta .....	108

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Desain Inti Kuesioner.....	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3. 3 Keterangan Indikator Konstruk.....	46
Tabel 3. 4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	47
Tabel 3. 5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen .....	48
Tabel 3. 6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> ).53	
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	58
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	59
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	61
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Kinesics</i> .....	61
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Proxemics</i> .....	62
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Paralanguange</i> .....	63
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap terhadap <i>Physical Appereance</i> .....	65
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap <i>Emotional Response</i> .....	66
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	67
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	68
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Kinesics</i> .....	70
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Proxemics .....	71
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Paralanguange .....	72
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Physical Appearance .....	74
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Emotional Response .....	76
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Customer Satisfaction .....	77
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Customer Loyalty.....	78
Tabel 4.18 <i>Goodness of Fit Index</i> .....	80
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas Data .....	81
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Z-score .....	82
Tabel 4.21 <i>Mahalobis Disitance</i> .....	84



Tabel 4.22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Kinesics, Proxemics, Paralanguange, Physical Appeareance, Emotional Response, Customer Satisfaction, Customer Loyalty .....	86
Tabel 4.23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Perceived value, Customer satisfaction dan Customer loyalty .....	88
Tabel 4.24 Indeks Pengujian Kelayakan SEM ( <i>Base Model</i> ) .....	91
Tabel 4.25 Indeks Pengujian Kelayakan SEM ( <i>Modification Model</i> ) .....	93
Tabel 4.26 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i> .....	93
Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk .....	96
Tabel 4.28 Hasil Uji Hipotesis .....	97
Tabel 4.29 Indikator-indikator Variabel <i>Kinesics</i> .....	108
Tabel 4.30 Indikator-indikator Variabel <i>Proxemics</i> .....	110
Tabel 4.31 Indikator-indikator Variabel <i>Paralanguange</i> .....	111
Tabel 4.32 Indikator-indikator Variabel <i>Physical Appeareance</i> .....	113
Tabel 4.33 Indikator-indikator Variabel <i>Emotinal Response</i> .....	114
Tabel 4.34 Indikator-indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	115
Tabel 4.35 Indikator-indikator Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	117
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	127
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	134

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER .....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER .....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL PENGUJIAN <i>STUCTURAL EQUATION MODEL</i> .....	D-1

