

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sebab masih dapat memperoleh berkat dan hikmat-Nya. Saya sebagai penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tugas Akhir dengan judul "Peran Media Sosial Dalam Operasi Retail dan Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Transmart" ditujukan dengan maksud tujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan doa dari banyak pihak, Tugas Akhir ini tidak akan selesai tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini terutama kepada:

- 1) Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
- 2) Ibu Ir. Isana S. Ch. Meranga, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan.
- 3) Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A., selaku AOE Retail Universitas Pelita Harapan.
- 4) Bapak Hendra Achmadi, M.M., M.Acc., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis.
- 5) Bapak Dr. Kim Sung Suk, B.A, M.M., selaku penasehat Akademik penulis.
- 6) Semua dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.

- 7) Staf Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam kegiatan administrative.
- 8) Staff Karyawan perpustakaan yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah.
- 9) Papa, Mama, ci Tasia, serta Christi yang telah memberikan dukungan moril, doa, dan kasih sayang.
- 10) Teman-teman seperjuangan Jessica, Cindy, Elbert, Jessen, Morgan, Steven, Philip, dan William yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
- 11) Juga kepada sahabat penulis Tania yang selalu mendukung, membantu dan memberikan perhatian kepada penulis.
- 12) Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, Penulis juga dengan penuh kesadaran mengetahui bahwa penulisan dalam menyusun Tugas Akhir ini masih mengalami banyak kekurangan. Oleh karena itu, Penulis berharap dapat diberikan segala masukan baik saran maupun kritik terhadap penulisan tugas ini yang berguna bagi penyempurnaan tugas di masa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang, Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Penelitian Teoritis.....	8
1.4.2. Manfaat Penelitian Praktis	9
1.5. Batasan Penelitian.....	9
1.6. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN LITERATUR	11
2.1. <i>Social Media Review</i>	11
2.2. <i>Brand Satisfaction</i>	12
2.3. <i>Service Operation</i>	13
2.4. <i>Promotion</i>	14
2.5. <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.6. Hubungan Antar Konstrak.....	15
2.6.1. <i>Role of Social Media Review in Customer Satisfaction</i>	15
2.6.2. <i>Role of Service Operation in Customer Satisfaction</i>	17
2.6.3. <i>Role of brand in customer satisfaction</i>	17
2.6.4. <i>Moderating effects of sales promotion</i>	18

2.7. Retail Formats	19
2.8. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Populasi Penelitian.....	23
3.2. Jenis Penelitian.....	23
3.3. Definisi Konseptual dan Operasional	24
3.4. Skala Pengukuran.....	31
3.5. Desain Sampel	31
3.5.1. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5.2. Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5.3. Penentuan Jumlah Sampel	32
3.6. Metode Analisis Data.....	33
3.6.1. Studi Pendahuluan.....	33
3.6.1.1. Uji Validitas	34
3.6.1.2. Uji Reliabilitas	35
3.6.2. Statistik Deskriptif	35
3.6.3. Statistik Inferensial	36
3.6.3.1. Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM)	36
3.6.3.2. Evaluasi Model	37
3.6.4. Hasil Uji Studi Pendahuluan	38
3.6.5. Pengujian Model Pengukuran	38
3.6.6. Uji Validitas Studi Pendahuluan	39
3.6.6.1. Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan	39
3.6.6.2. Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan	42
3.7. Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Profil Responden.....	48
4.1.1. Jenis Kelamin.....	48
4.1.2. Usia	49
4.1.3. Domisili.....	49
4.1.4. Pengeluaran per Bulan	50
4.1.5. Kuantitas Pengguna Social Media	51
4.1.6. Intensitas Penggunaan Brand.....	51
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	52

4.2.1. Deskripsi Social Media Review	52
4.2.2. Deskripsi Brand Satisfaction.....	52
4.2.3. Deskripsi Service Operation	53
4.2.4. Deskripsi Promotion	54
4.2.5. Deskripsi Customer Satisfaction.....	55
4.3. Pengujian Model Pengukuran	56
4.3.1. Uji Validitas Post-test	56
4.3.1.1. Uji Validitas Konvergen Penelitian Post-test.....	57
4.3.2. Uji Validitas Diskriminan Penelitian Post-test	61
4.3.3. Uji Reliabilitas Penelitian Post-test.....	63
4.4. Pengujian Model Struktural	64
4.4.1. Uji Hipotesis	65
4.4.1.1. Pengaruh Social Media Review terhadap Customer Satisfaction	66
4.4.1.2. Pengaruh Service Operation terhadap Customer Satisfaction.....	66
4.4.1.3. Pengaruh Brand Satisfaction terhadap Customer Satisfaction.....	66
4.4.1.4. Pengaruh mediasi antara Promotion dan Social Media Review terhadap Customer Satisfaction	66
4.4.1.5. Pengaruh mediasi antara <i>Promotion</i> dan <i>Service Operation</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	67
4.5. Pembahasan.....	67
4.5.1. Pembahasan Hipotesis 1.....	67
4.5.2. Pembahasan Hipotesis 2.....	68
4.5.3. Pembahasan Hipotesis 3.....	70
4.5.4. Pembahasan Hipotesis 4.....	71
4.5.5. Pembahasan Hipotesis 5.....	72
4.6. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Terkini.....	73
BAB V PENUTUP	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Implikasi Manajerial	75
5.3. Implikasi Teoritis	78
5.4. Limitasi dan saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	A-1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet	1
Gambar 1. 2 Penetrasi penggunaan social media	2
Gambar 1. 3 Penggunaan Media Sosial Terbanyak di Indonesia	3
Gambar 1. 4 Transmart Carrefour menjadi Top Brand.....	5
Gambar 2. 1 Model Penelitian	22
Gambar 3. 1. Model Pengukuran	38
Gambar 4. 1. Model Pengukuran	56
Gambar 4. 2. Model Struktural	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Konseptual	24
Tabel 3. 2 Tingkatan Skala Likert.....	31
Tabel 3. 3. Hasil Uji Validitas Konvergen I	39
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen II	40
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan I	42
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan II.....	43
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan I	44
Tabel 3. 8 Sisa Variable dan Indikator Uji Pendahuluan	45
Tabel 3. 9 Variable dan Indikator Aktual.....	46
Tabel 4. 1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2. Profil Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 3. Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	49
Tabel 4. 4. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	50
Tabel 4. 5. Profil Responden Berdasarkan Kuantatitas Pengguna Sosial Media..	51
Tabel 4. 6. Profil Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Brand	51
Tabel 4. 7. Hasil Statistik Deskriptif Social Media Review	52
Tabel 4. 8. Hasil Statistik Deskriptif Brand Satisfaction	52
Tabel 4. 9. Hasil Statistik Deskriptif Service Operation.....	53

Tabel 4. 10. Hasil Statistik Deskriptif Promotion	54
Tabel 4. 11. Hasil Statistik Deskriptif Customer Satisfaction	55
Tabel 4. 12. Hasil Uji Validitas Konvergen Penelitian Aktual I.....	57
Tabel 4. 13. Hasil Uji Validitas Konvergen Penelitian Aktual II	59
Tabel 4. 14. Hasil Uji Validitas Diskriminan Penelitian Aktual I	61
Tabel 4. 15. Hasil Uji Validitas Diskriminan Penelitian Aktual II	62
Tabel 4. 16. Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual	63
Tabel 4. 17. Hasil Uji R Square Penelitian Aktual	65
Tabel 4. 18. Hasil Uji Hipotesis Penelitian Aktual	65
Tabel 4. 19. Perbandingan Desain Penelitian	74
Tabel 5. 1. Komparasi Hipotesis Penelitian Sekarang dan Sebelumnya.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1. Kuisisioner	A-1
Lampiran 1. 2. Profil Responden	A-7
Lampiran 1. 3. Jawaban Responden.....	A-10