

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa oleh karena anugerah Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul “ Anteseden dan Konsekuensi dari Emotions Positive Pelanggan pada Perusahaan Industri Ritel di Transmart Indonesia” Penulis sangat menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan karena penulis menyadari bahwa adanya segala keterbatasan yang ada.

Tugas akhir ini penulis mempersembahkan kepada orang tua saya dan kakak saya (Lena Komalasari Kaywan dan Wieky S.Kom) yang telah tulus ikhlas memberikan kasih sayang, cinta, doa, perhatian, dukungan moral dan materil yang telah diberikan selama ini. Terima kasih telah meluangkan segenap waktunya untuk mengasuh, mendidik, membimbing, dan mengiringi perjalanan hidup penulis dengan dibarengi alunan doa yang tiada henti agar penulis sukses dalam menggapai cita-cita.

Penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. (Hon). Jonathan L. Parapak, M.Eng.Sc. Sebagai Rektor Universitas Pelita Harapan
2. Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., PH.D. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan

3. Isana S.C Meranga, S.P., M.M. Sebagai Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan
4. Dr. Margaretha Pink Berlianto SE., M.M, AK., CA. Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Universitas Pelita Harapan
5. Dr. Pauline H. Pattyranie Tan, M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik di Universitas Pelita Harapan
6. Orang tua saya Lena Komalasari Kaywan sebagai orang yang memberikan dukungan semangat ketika saya sedang stress menghadapi tugas akhir ini. Kedua kakak saya Diki Sunandar dan Wieky S.Kom selaku orang-orang yang memberikan motivasi dalam mengerjakan tugas akhir ini.
7. Sahabat saya Angela Eugenia yang dengan sabar mendengar keluh kesah penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan naskah skripsi ini.
9. Rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya semoga Tuhan akan membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis. Amin.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Tuhan melimpahkan karunianya dalam setiap kebaikan kita dan diberikan balasan. Amin.

Bekasi, 3 Desember 2020

Penulis


**DAFTAR ISI**

**JUDUL**

**PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR**



<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Akademis .....	9
1.4.2 Manfaat Perusahaan .....	9
1.5 Batasan Masalah .....	10

1.6 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
2.1 Konsep Konstruk/Variable .....	12
2.1.1 Suasana Toko ( <i>Store Atmosphere</i> ) .....	12
2.1.2 <i>Positive Emotions</i> .....	15
2.1.3 Keputusan Pembelian ( <i>Purchase Decision</i> ) .....	17
2.1.4 Pembelian Ulang ( <i>Purchase Intention</i> ) .....	20
2.2 Hipotesis Penelitian .....	25
2.2.1 Suasana Toko dan hubungannya dengan <i>Positive Emotions</i> .....	26
2.2.2 <i>Positive Emotions</i> dan hubungannya dengan Keputusan Pembelian .....	28
2.2.3 <i>Positive Emotions</i> dan hubungannya dengan Pembelian Ulang .....	30
2.3 Model Penelitian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Objek Penelitian .....	36
3.2 Subjek Penelitian .....	36

3.3 Unit Analisis .....	37
3.4 Jenis Penelitian .....	38
3.5 Desain Penelitian .....	39
3.5.1 Pengukuran Variabel .....	39
3.5.2 Operasionalisasi Variabel .....	42
3.5.3 Skala Pengukuran .....	48
3.6 Teknik Pembuatan Kuesioner .....	50
3.7 Desain Sampel .....	50
3.7.1 Etika Pengumpulan Data .....	51
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.7.3 Penentuan Jumlah Sampel .....	52
3.8 Metode Analisis Data .....	53
3.8.1 Statistik Deskriptif .....	54
3.8.2 Statistik Inferensial .....	55
3.8.3 <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	57
3.9 Evaluasi Model .....	57
3.9.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	58

3.9.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	59
--	----

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....61**

4.1 Profil Responden .....	61
4.1.1 Jenis Kelamin .....	61
4.1.2 Usia .....	62
4.1.3 Status Pernikahan .....	63
4.1.4 Pendidikan Terakhir .....	63
4.1.5 Domisili .....	64
4.1.6 Jenis Pekerjaan .....	65
4.1.7 Jumlah Anggota Keluarga .....	66
4.1.8 Berbelanja/Bulan .....	66
4.2 Hasil Uji Studi Pendahuluan .....	67
4.2.2 Uji Validitas Hasil Uji Pendahuluan .....	67
4.2.1 Uji Reabilitas Hasil Uji Pendahuluan .....	71
4.3 Statistik Deskriptif .....	72
4.4 Statistik Inferensial .....	76

4.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	77
4.4.1.1 Uji Validitas .....	77
4.4.1.2 Uji Reabilitas .....	80
4.4.1.3 <i>R Square</i> .....	80
4.4.2 Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	81
4.4.2.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	82
4.4.2.2 Hasil Uji Hipotesis .....	84
4.5 Pembahasan .....	85
4.5.1 Pembahasan Hipotesis 1 .....	86
4.5.2 Pembahasan Hipotesis 2 .....	86
4.5.3 Pembahasan Hipotesis 3 .....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Implikasi Teoritis .....	89
5.3 Implikasi Manajerial .....	89
5.4 Keterbatasan Penelitian Selanjutnya.....	91

5.5 Saran Penelitian Selanjutnya .....92

**DAFTAR PUSTAKA .....92**

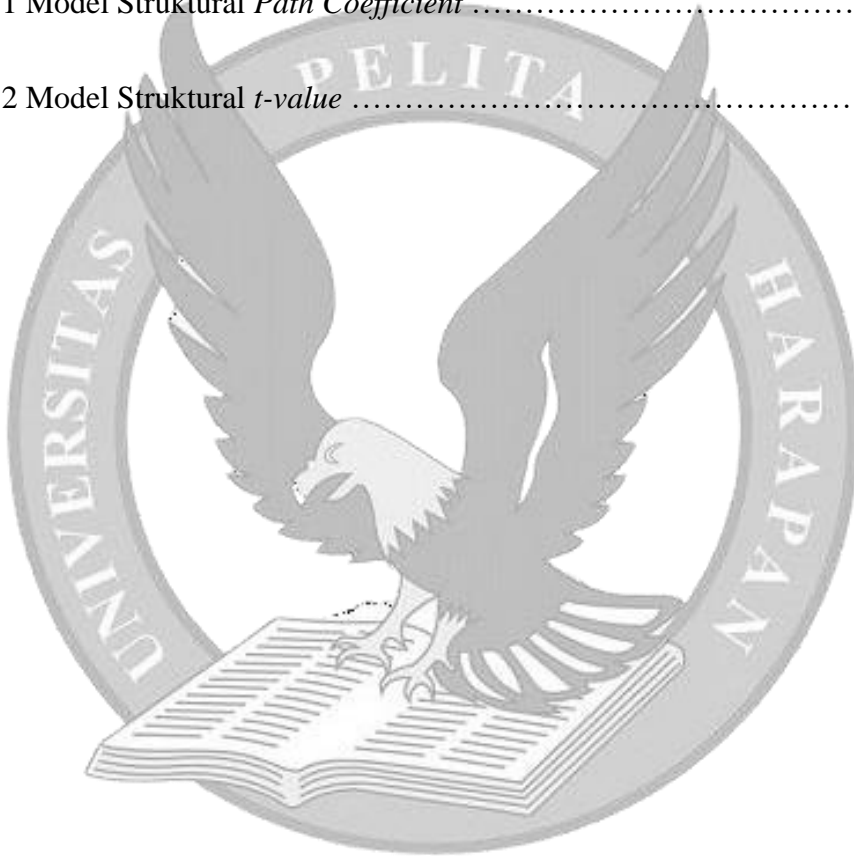
**LAMPIRAN .....94**





## DAFTAR GAMBAR

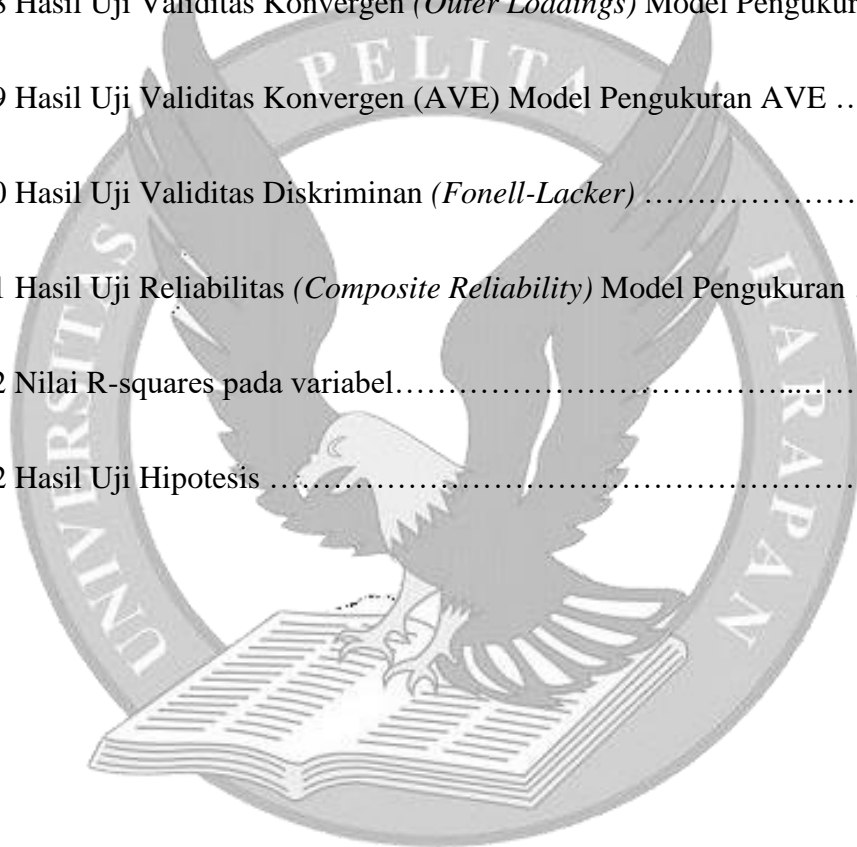
Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2018.....	2
Gambar 1.2 Laju Pertumbuhan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga .....	3
Gambar 4.1 Model Struktural <i>Path Coefficient</i> .....	82
Gambar 4.2 Model Struktural <i>t-value</i> .....	84



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survey Top Brand Index .....	8
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	47
Tabel 3.2 Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	52
Tabel 4.1 Presentase Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
Tabel 4.2 Presentase Profil Responden Berdasarkan Usia .....	70
Tabel 4.3 Presentase Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	71
Tabel 4.4 Presentase Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	72
Tabel 4.5 Presentase Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	72
Tabel 4.6 Presentase Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	73
Tabel 4.7 Presentase Profil Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga .....	74
Tabel 4.8 Presentase Profil Responden Berdasarkan Berbelanja/Bulan .....	74
Tabel 4.9 Uji Validitas Store Atmosphere .....	67
Tabel 4.10 Uji Validitas Consumer Emotions .....	68
Tabel 4.11 Uji Validitas Purchase Decision .....	68
Tabel 4.12 Uji Validitas Purchase Intention .....	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas ( <i>Cronbach' Alpha</i> ) Studi Pendahuluan.....	80

Tabel 4.14 Uji Statistik Deskriptif <i>Store Atmosphere</i> .....	80
Tabel 4.15 Uji Statistik Deskriptif <i>Consumer Emotion</i> .....	80
Tabel 4.16 Uji Statistik Deskriptif <i>Purchase Decision</i> .....	80
Tabel 4.17 Uji Statistik Deskriptif <i>Repurchase Intention</i> .....	80
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Konvergen ( <i>Outer Loadings</i> ) Model Pengukuran .....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Konvergen (AVE) Model Pengukuran AVE .....	78
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Diskriminan ( <i>Fonell-Lacker</i> ) .....	78
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas ( <i>Composite Reliability</i> ) Model Pengukuran .....	80
Tabel 4.22 Nilai R-squares pada variabel.....	80
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis .....	81



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Pengajuan Perpanjangan Pengumpulan Tugas Akhir .....	108
Lampiran 2 Capture Approval dari Dosen Pembimbing Tugas Akhir .....	109
Lampiran 3 Capture Approval dari Dosen Penguji Sidang Tugas Akhir .....	110-112



