

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan karunianya yang selalu menyertai peneliti sehingga penulisan tugas akhir dalam bentuk skripsi dengan judul **“THE INFLUENCE OF RETAIL MARKETING MIX INSTRUMENTS TO CUSTOMERS SATISFACTIONS ON RAMAYANA DEPARTMENT STORE IN EAST JAKARTA AREA”** dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulisan ini dilakukan dengan tujuan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu di Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu Dra Gracia Shinta S. Ugut, MBA Ph. D., selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, jurusan Manajemen, Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Cynthia Anna Wijayanti, S.E.,M.Mktg selaku dosen pembimbing akademik saya (PA), yang selalu ada untuk

memberikan arahan, nasihat, dan membimbing saya dari awal perkuliahan sampai sekarang ini.

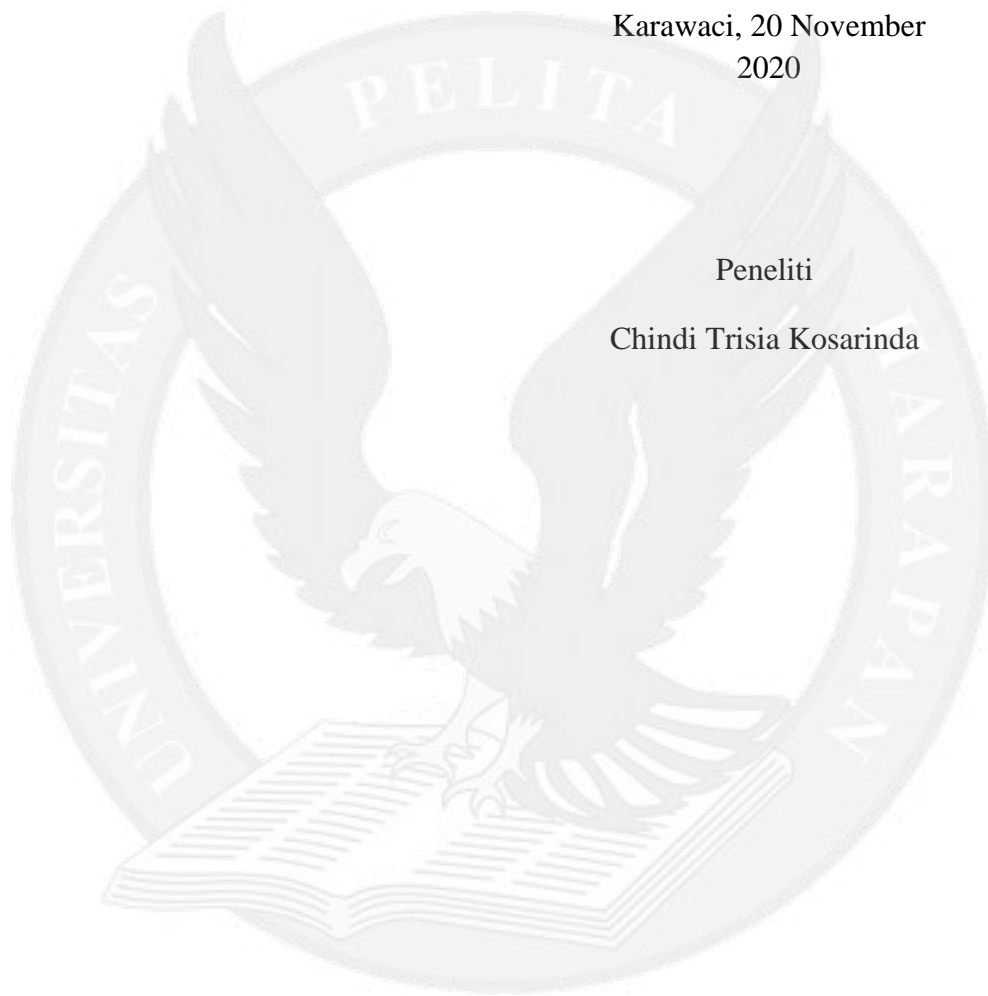
4. Bapak Danet Arya Patria. S.E, M.B.A., selaku Ketua Konsentrasi Ritel Manajemen.
5. Bapak Hendra Achmadi S.Kom, MM., selaku dosen pembimbing atas waktu, bimbingan, arahan, perhatian, nasehat, informasi, dan dukungannya selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.M., M.Si., selaku dosen yang memberikan bimbingan, arahan kepada para mahasiswa dan merupakan tempat mahasiswa berkonsultasi tentang tugas akhir / skripsi.
7. Orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan doa kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini
8. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan atas segala ilmu dan pengalaman yang telah dibagikan kepada penulis selama perkuliahan.
9. Seluruh teman – teman seperjuangan yang selalu ada menyemangati dan banyak membantu baik berupa saran, dukungan, motivasi, dan bantuan literature.
10. Semua pihak yang terlibat didalam pembuatan penelitian ini yang namanya tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Akhir kata penulis sekali lagi mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada semua pihak yang tertulis maupun yang tidak tertulis atas dukungan doa dan semangat yang telah diberikan kepada penulis. Tuhan memberkati.

Karawaci, 20 November  
2020

Peneliti

Chindi Trisia Kosarinda



## Daftar isi :

Halaman Judul .....	i
Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
Daftar isi : .....	x
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
<b>Bab I.....</b>	<b>1</b>
<b>Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan masalah .....	17
1.3 Tujuan penelitian .....	19
1.4 Manfaat penelitian.....	21
1.4.1 manfaat teoritis.....	21
1.4.2 Secara praktis.....	22
1.5 Batasan Masalah .....	22
1.6 Sistematika penulisan .....	23
<b>Bab II .....</b>	<b>25</b>
<b>Tinjauan Pustaka.....</b>	<b>25</b>
2.1 Konsep konstruk .....	26
2.1.1 Product.....	26
2.1.2 Service .....	28
2.1.3 Brands .....	29
2.1.4 Incentives .....	31
2.1.5 Communication.....	33
2.1.6 Price .....	34
2.1.7 Distribution .....	35
2.1.8 Customers Satisfaction .....	36

2.2	Hipotesis.....	38
2.3	Model penelitian.....	39
	Quality of Product (X1).....	39
	Service (X2) .....	39
	Brands (X3).....	39
	Customers .....	39
	Satisfaction (Y) .....	39
	Incentives (X4).....	39
	Competitive Price (X5) .....	39
	Communications (X6).....	39
	Distribution (X7).....	39
<b>BAB III</b>	<b>.....</b>	<b>40</b>
<b>Metode Penelitian</b>	<b>.....</b>	<b>40</b>
3.1	Objek Penelitian .....	40
3.2	Unit Analisis.....	41
3.3	Tipe penelitian .....	43
3.4	Operasional variabel penelitian .....	45
3.5	Populasi dan Sampel .....	53
	3.5.1 Penentuan jumlah sampel .....	55
	3.5.2 Metode penarikan sampel .....	56
3.6	Teknik pengumpulan data .....	57
3.7	Teknik analisis data .....	59
3.8	Metode analisis.....	60
	3.8.1 Statistik inferensial.....	60
3.9	Pengujian instrumen penelitian.....	61
3.10.	1 Uji validasi .....	63
3.10.	2 Uji reliabilitas Hasil uji instrumen pendahuluan .....	69
3.11	Analisis data .....	70
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>75</b>
<b>Hasil penelitian dan pembahasan</b>	<b>.....</b>	<b>75</b>
4.1	Deskripsi Responden Penelitian.....	75

4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	76
4.1.2 Usia Responden.....	76
4.1.3 Domisili tempat tinggal Responden .....	77
4.2.1 Product.....	78
4.2.2 Sevice .....	79
4.2.3 Brands .....	82
4.2.4 Incentives .....	84
4.2.5 communication .....	85
4.2.6 Price .....	87
4.2.7 Distribution .....	89
4.2.8 customers Satisfaction.....	91
4.3 hasil Analisis data penelitian.....	93
4.3.1 Inner model.....	97
4.4 Pengujian hipotesis .....	101
4.5 Pembahasan.....	106
<b>BAB V .....</b>	<b>117</b>
<b>Kesimpulan dan saran .....</b>	<b>117</b>
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Implikasi manajerial .....	118
5.3 Keterbatasan dan Saran.....	119
5.3.1 Keterbatasan.....	119
5.3.2 Saran .....	119
<b>Daftar pustaka : .....</b>	<b>121</b>

## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Data Laporan Keuangan Ramayana Department Store 2016-2020.....	15
Tabel 3.1 definisi konseptual dan operasional.....	45
Tabel 3.3 Hasil Nilai Loading Factor Pretest.....	63
Tabel 3.4 Nilai Avarage Variance Extracted (AVE).....	66
Tabel 3.5 Hasil Nilai Cross Loadings.....	67
Tabel 3.6 Hasil Nilai Composite Reliability.....	69
Tabel 3.7 size and significance of path coefficient.....	72
Tabel 3.8 coeffecient and determinatioin.....	73
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	75
Tabel 4.2 Karateristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal.....	76
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan responden atas product.....	77
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan responden atas service.....	78
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan responden atas brands.....	81
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan responden atas incentives.....	83
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan responden atas communication.....	84
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan responden atas price.....	86
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan responden atas distribution.....	88
Tabel 4.11 Hasil Tanggapan responden atas customers satisfaction.....	90
Tabel 4.12 Hasil Nilai Loading Factor.....	92
Tabel .4.13 Hasil Nilai Tabel VIF.....	93
Tabel 4.14 Nilai Avarage Variance Extracted (AVE).....	94
Tabel 4.15 Nilai tabel fornell – lacker criterion.....	95
Tabel 4.16 Hasil Nilai Composite Reliability.....	96
Tabel 4.17 Nilai Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	97
Tabel 4.18 hasil bootstrapping.....	99
Tabel 4.19 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis.....	104

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Grafik pertumbuhan industri tekstil & pakaian jadi negara Indonesia.....	5
Gambar 1.2 Grafik pertumbuhan industri tekstil & pakaian jadi negara Indonesia per kuartal .....	5
Gambar 1.3 logo Ramayana Department Store.....	8
Gambar 1.4 Grafik Jumlah Gerai Ramayana Department Store.....	10
Gambar 1.5 Matahari Department Store.....	11
Gambar 1.6 Metro Department Store.....	11
Gambar 1.7 SOGO Department Store.....	12
Gambar 1.8 Pertumbuhan Penjualan Emiten Ritel.....	13
Gambar 2.1 Conceptual Model .....	39
Gambar 3.1 Hasil Analisis Validitas Convergen.....	65
Gambar 4.1 Hasil bootstrapping.....	98

