

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan anugerahNya dalam membimbing dan menuntun penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Tugas akhir ini, dengan judul **“ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI DARI EMOSI POSITIF PELANGGAN PADA PERUSAHAAN SOGO DEPARTMENT STORE INDONESIA”**, ditujukan untuk memenuhi persyaratan akademik dalam mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Lippo Karawaci, Tangerang.

Penulis sadar bahwa tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan tepat sesuai dengan waktu yang ditentukan berkat dukungan, bimbingan dan doa yang diberikan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, yakni:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan, Tangerang.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan, Tangerang.
3. Miss Dr. Margaretha Pink Berlianto, SE., M.M, Ak., CA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan yang bermanfaat dan dukungan kepada penulis.
4. Seluruh Dosen Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama kuliah di Universitas Pelita Harapan.

5. Seluruh Staff dan Karyawan Universitas Pelita Harapan Business School yang memberikan bantuan kepada penulis dalam kegiatan administratif.
6. Seluruh konsumen dari Sogo Department Store yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian penulis.
7. Keluarga besar penulis yaitu orang tua penulis beserta kakak dan adik penulis yang telah memberikan dukungan secara moral, material, doa dan perhatian.
8. Sahabat penulis yang telah mendampingi, mendoakan, membantu, memberikan dukungan dan perhatian kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini.
9. Lily SP Kiromah, Cindy Liyanto, Yonatan Revano, Jessica, Fransiska, Brenda yang telah menjadi teman seperjuangan penulis dari awal sampai akhir penulisan skripsi ini.
10. Kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Segala kritik dan saran yang dapat membantu membangun tugas akhir ini akan sangat dihargai oleh penulis. Penulis berharap agar tugas akhir ini dapat menjadi bahan referensi dan acuan untuk penelitian selanjutnya.

Kami mempersembahkan makalah ini dengan penuh rasa syukur dan terima kasih. Semoga skripsi penelitian ini memberikan manfaat dan berguna bagi yang membutuhkan.

Tangerang, 4 Desember 2020



Penulis

Firstania Jeany Salim



## DAFTAR ISI

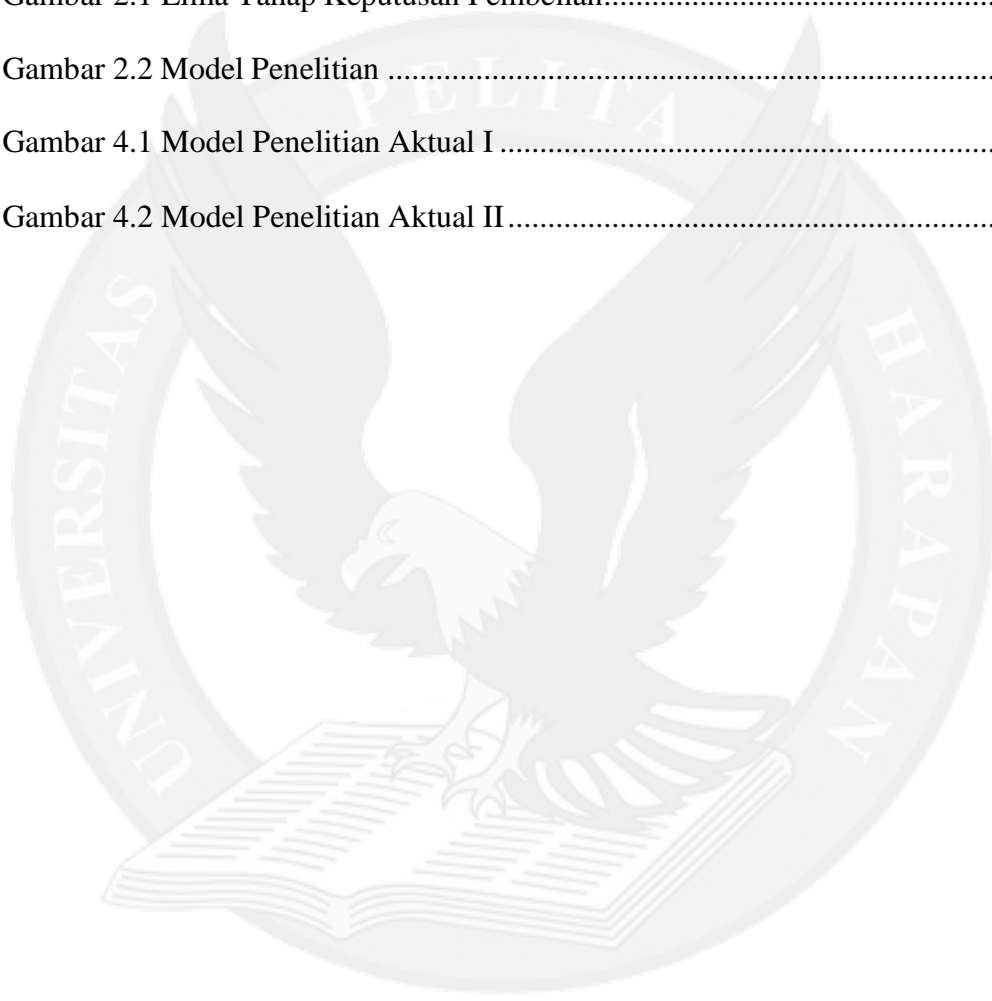
<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Sistematika Penulisan.....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>20</b>
2.1 Suasana Toko .....	20
2.2 Emosi Konsumen .....	25
2.3 Keputusan Pembelian.....	27
2.4 Niat Beli Kembali.....	31
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	34
2.5.1 Hubungan Store Atmosphere dan Emosi Positif.....	34
2.5.2 Hubungan Emosi Positif terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.5.3 Hubungan Emosi Positif terhadap Niat Beli Kembali .....	37
2.6 Model Penelitian.....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Objek dan Subjek Penelitian .....	40
3.2 Jenis Penelitian .....	41
3.3 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional .....	42
3.4 Skala Pengukuran .....	47
3.5 Desain Penelitian .....	49
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	49

3.5.2	Metode Pengumpulan Data .....	51
3.5.3	Populasi dan Sampel .....	52
3.5.4	Penentuan Jumlah Sampel .....	53
3.5.5	Teknik Sampling .....	54
3.6	Metode Analisis Data .....	55
3.6.1	Studi Pendahuluan.....	55
3.6.1.1	Uji Validitas .....	56
3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	56
3.6.2	Statistik Deskriptif .....	57
3.6.3	Statistik Inferensial .....	58
3.6.3.1	Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS – SEM) 59	
3.6.3.2	Evaluasi Model.....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>61</b>
4.1	Profil Responden .....	61
4.2	Hasil Studi Pendahuluan.....	67
4.2.1	Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan.....	67
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	71
4.3	Statistik Deskriptif.....	71
4.3.1	Deskripsi Suasana Toko .....	72
4.3.2	Deskripsi Emosi Positif Konsumen.....	77
4.3.3	Deskripsi Keputusan Pembelian .....	79
4.3.4	Deskripsi Niat Beli Kembali .....	82
4.4	Statistik Inferensial.....	84
4.4.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	85
4.4.1.1	Pengujian Model Pengukuran.....	85
4.4.1.1.1	Uji Validitas Konvergen dan Diskriminan Penelitian Aktual	85
4.4.1.1.2	Uji Reliabilitas Penelitian Aktual .....	92
4.4.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	94
4.4.2.1	Uji R-Square .....	95
4.4.2.2	Uji Multikolonieritas .....	97
4.4.2.3	Hasil Pengujian Hipotesis.....	98
4.4.3	Pengaruh positif <i>Suasana Toko</i> terhadap <i>Emosi Positif</i> di Sogo Department Store .....	99

4.4.4	Pengaruh positif <i>Emosi Positif</i> terhadap <i>Keputusan Pembelian</i> di Sogo Department Store .....	100
4.4.5	Pengaruh positif <i>Emosi Positif</i> terhadap <i>Niat Beli Kembali</i> di Sogo Department Store .....	100
4.5	Pembahasan .....	101
4.5.1	Pembahasan mengenai Suasana Toko memiliki pengaruh positif terhadap Emosi Positif Konsumen .....	101
4.5.2	Pembahasan mengenai Emosi Positif Konsumen memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian .....	102
4.5.3	Pembahasan Emosi Positif Konsumen memiliki pengaruh positif terhadap Niat Beli Kembali.....	102
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>104</b>
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Implikasi Teoritis .....	104
5.3	Implikasi Manajerial.....	105
5.4	Keterbatasan Penelitian .....	108
5.5	Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>110</b>
<b>Lampiran .....</b>		<b>114</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia 2011-2020 .....	4
Gambar 1.2 Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia Oktober 2020 .....	5
Gambar 1.3 Nilai Transaksi E-commerce 2017-2020 di Indonesia .....	6
Gambar 2.1 Lima Tahap Keputusan Pembelian.....	26
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	37
Gambar 4.1 Model Penelitian Aktual I .....	96
Gambar 4.2 Model Penelitian Aktual II.....	100



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Gerai Department Store di Indonesia .....	10
Tabel 1.2 Top Brand Award Kategori Retail Department Store.....	12
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	40
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	62
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	62
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	63
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Profesi .....	64
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	64
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Berbelanja di Sogo dalam 3 Bulan Terakhir .....	65
Tabel 4.9 Uji Validitas Suasana Toko (ST) .....	67
Tabel 4.10 Uji Validitas Emosi Positif Konsumen (EM) .....	68
Tabel 4.11 Uji Validitas Keputusan Pembelian (KP) .....	69
Tabel 4.12 Uji Validitas Niat Beli Kembali (NB).....	70
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas .....	71
Tabel 4.14 Nilai Rentang dan Kategori.....	72
Tabel 4.15 Uji Statistik Deskriptif Suasana Toko (ST) .....	72
Tabel 4.16 Uji Statistik Deskriptif Emosi Positif Konsumen (EM).....	78
Tabel 4.17 Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (KP).....	80
Tabel 4.18 Uji Statistik Deskriptif Niat Beli Kembali (NB).....	83



Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Konvergen Penelitian Aktual I.....	86
Tabel 4.20 Hasil AVE Penelitian Aktual I.....	89
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Diskriminan Penelitian Aktual I.....	89
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Konvergen Penelitian Aktual II .....	90
Tabel 4.23 Hasil AVE Penelitian Aktual II .....	92
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Diskriminan Penelitian Aktual II .....	93
Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual I.....	94
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual II .....	95
Tabel 4.27 Hasil Uji R Square .....	97
Tabel 4.28 Hasil Uji Multikolinearitas (VIF) .....	98
Tabel 4.29 Hasil Uji Model Struktural.....	100

