

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, karunia dan pertolongan-Nya saya dapat menyelesaikan tesis ini dan semua berjalan dengan baik pada program Pasca Sarjana Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pelita Harapan dengan judul Pengaruh *Customer Satisfaction, Shopping Enjoyment, Store Atmosphere*, dan *Store Image* terhadap *Patronage Intention*. (Studi Kasus pada Mall di Jakarta). Saya menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak, tesis ini tidak akan selesai tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, saya ingin berterima kasih yang sebesar- besarnya kepada semua pihak yang telah membantu pengerjaan tesis ini, yaitu :

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
2. Bapak Dr. Ir. Innocentius Bernarto, M.M., M.Si., selaku Ketua Jurusan Program Pasca Sarjana Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Dr. Ir Martinus Thjia Tjen Jong MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing, memotivasi, menyediakan waktu dan pikirannya untuk mengarahkan saya dalam menyelesaikan tesis dengan baik.
4. Bapak Joko Sulistyono yang selalu sabar memberikan informasi dan arahan selama saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan serta memberikan semangat bahwa saya bisa menyelesaikan tesis ini.
5. Segenap dosen, staf dan karyawan Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan pengajaran dan kemudahan administratif kepada kami selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
6. Orang tua saya, Papa dan Mama saya yang terus memberikan semangat dan doa untuk menyelesaikan tesis ini.
7. Teman-teman seperjuangan di MM UPH Batch 79, 81, dan 82, yang selalu bersedia memberikan informasi dan arahan kepada saya.
8. Para responden yang telah meluangkan waktu dan pendapatnya dalam mengisi kuesioner yang saya berikan.
9. Terima kasih atas bantuan yang sudah diberikan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya menyadari bahwa penulisan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat bagi saya. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 14 Juni 2021

Linda Sualdani



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Aspek Akademik.....	8
1.4.2 Aspek Praktis.....	9
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	10
2.1 <i>Store Atmosphere</i>	10

2.2	<i>Shopping Enjoyment</i>	12
2.3	<i>Store Image</i>	13
2.4	<i>Customer Satisfaction</i>	15
2.5	<i>Patronage Intention</i>	16
2.6	Hipotesis	17
2.6.1	Kaitan <i>Store Atmosphere</i> dengan <i>Patronage Intention</i>	17
2.6.2	Kaitan <i>Shopping Enjoyment</i> dengan <i>Patronage Intention</i>	18
2.6.3	Kaitan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Patronage Intention</i>	19
2.6.4	Kaitan <i>Store Image</i> dengan <i>Patronage Intention</i>	20
2.6.5	Kaitan <i>Store Atmosphere</i> dengan <i>Store Image</i>	21
2.6.6	Kaitan <i>Shopping Enjoyment</i> dengan <i>Store Image</i>	21
2.6.7	Kaitan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Store Image</i>	22
2.7	Model Penelitian	24
BAB 3	METODE PENELITIAN	26
3.1	Objek Penelitian.....	26
3.2	Unit Analisis	26
3.3	Tipe Penelitian	26
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian	27
3.4.1	<i>Store Atmosphere</i>	27
3.4.2	<i>Shopping Enjoyment</i>	28
3.4.3	<i>Store Image</i>	30

3.4.4	<i>Customer Satisfaction</i>	31
3.4.5	<i>Patronage Intention</i>	32
3.5	Populasi dan Sampel.....	34
3.5.1	Populasi.....	34
3.5.2	Sampel	34
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7	Metode Analisa Data	35
3.7.1	<i>Analisa Outer Model</i>	37
3.7.2	<i>Analisa Inner Model</i>	38
3.8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Pendahuluan.....	40
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Profil Demografi Responden	45
4.2	Analisis Deskriptif	48
4.2.1	<i>Store Atmosphere</i>	50
4.2.2	<i>Shopping Enjoyment</i>	51
4.2.3	<i>Store Image</i>	53
4.2.4	<i>Customer Satisfaction</i>	54
4.2.5	<i>Patronage Intention</i>	56
4.3	Analisis Statistik Inferensial (<i>Partial Least Square</i>).....	58
4.3.1	<i>Outer Model</i>	58
4.3.2	<i>Inner Model</i>	65

4.4	Pembahasan	74
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Implikasi Manajerial	78
5.3	Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	79
DAFTAR PUSTAKA	xv



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional <i>Store Atmosphere</i>	27
Tabel 3.2 Operasionalisasi <i>Shopping Enjoyment</i>	28
Tabel 3.3 Operasionalisasi <i>Store Image</i>	30
Tabel 3.4 Operasionalisasi <i>Customer Satisfaction</i>	31
Tabel 3.5 Operasionalisasi <i>Patronage Intention</i>	33
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Penelitian Pendahuluan.....	41
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Pendahuluan.....	42
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Penelitian Pendahuluan Setelah Di- <i>trimming</i>	43
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Pendahuluan Setelah Di- <i>trimming</i>	44
Tabel 4.1 Profil Responden	45
Tabel 4.2 Kategori Jawaban Berdasarkan Nilai Rata-Rata.....	49
Tabel 4.3 Analisis Statistik Deskriptif <i>Store Atmosphere</i>	50
Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif <i>Shopping Enjoyment</i>	51
Tabel 4.5 Analisis Statistik Deskriptif <i>Store Image</i>	53
Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	55
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif <i>Patronage Intention</i>	56
Tabel 4.8 Nilai <i>Loading Factor Uji Convergent Validity</i>	60
Tabel 4.9 Nilai AVE (<i>Average Variance Extracted</i>) Uji <i>Convergent Validity</i>	61
Tabel 4.10 Nilai <i>Cross Loading Uji Discriminant Validity</i>	62
Tabel 4.11 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability Uji Unidimensional</i>	64
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	66
Tabel 4.13 Hasil <i>Total Effects</i> pada <i>Bootstrapping SmartPLS</i>	68
Tabel 4.14 Hasil <i>Specific Indirect Effects</i> pada <i>Bootstrapping SmartPLS</i>	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PDB Indonesia 2010-2020.....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	24
Gambar 4.1 Grafik Persentase Jenis Kelamin Responden.....	46
Gambar 4.2 Grafik Persentase Usia Responden	47
Gambar 4.3 Grafik Persentase Jumlah Pengeluaran per Bulan Responden	48
Gambar 4.4 Model Setelah Proses <i>Trimming</i>	58

