

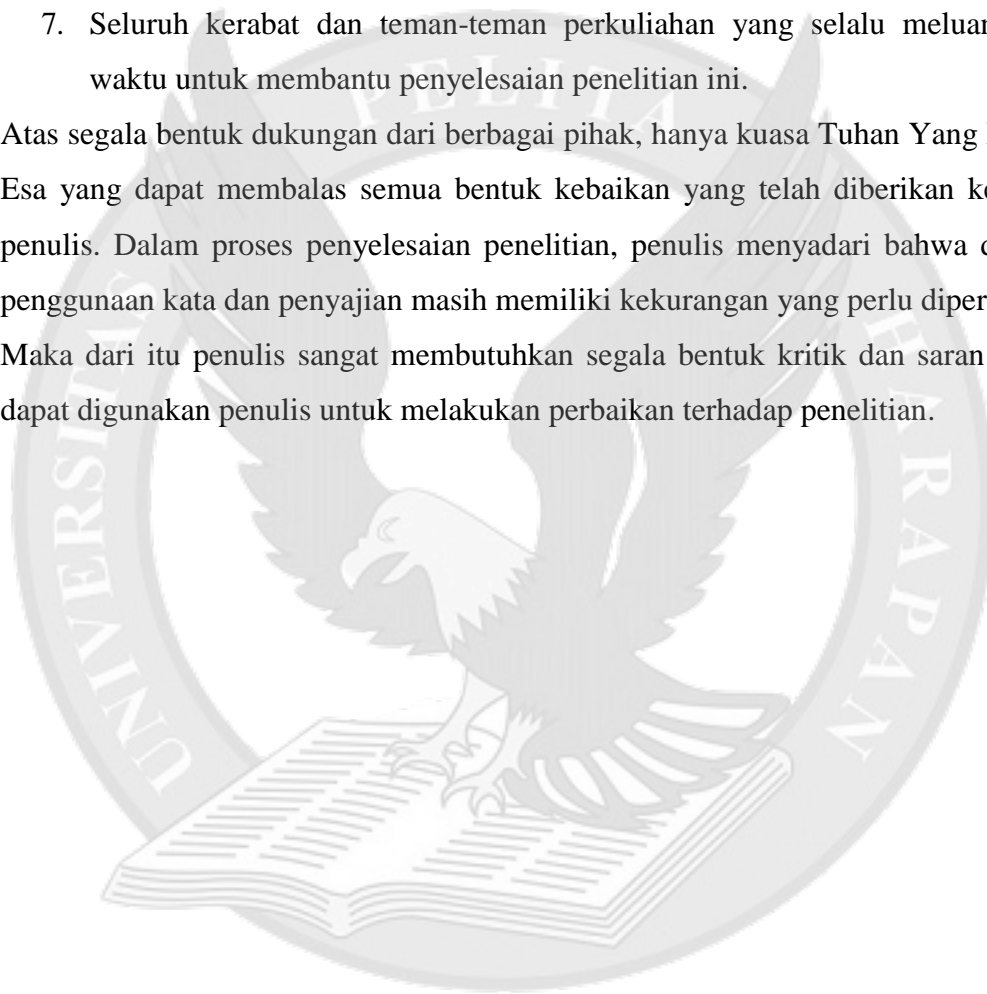
KATA PENGANTAR

Segala bentuk puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir untuk memenuhi persyaratan akademik dalam mengejar gelar studi Srata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dengan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *APPEARANCE SIMILARITY*, *LIFESTYLE SIMILARITY*, DAN *STATUS SIMILARITY* TERHADAP *INTERACTION INTENSITY*, *SATISFACTION*, DAN *REPURCHASE INTENTION* PADA NASABAH MANDIRI SEKURITAS”. Kemudian penulis meyakini bahwa dengan adanya dukungan dari banyak pihak terhadap proses penyelesaian penelitian ini, menyebabkan tugas akhir pemenuhan persyaratan akademik dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak atas bantuan yang telah diberikan. Dan ucapan terimakasih yang penulis ingin sampaikan secara khusus ditujukan kepada:

1. Orang tua saya, Thomas Lie dan Theodora Totomone dan keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan dan doa setiap harinya dalm proses penyelesaian penelitian ini.
2. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku Executive Director dan Associate Dean serta dosen pembimbing pertama yang telah membantu saya dalam poses penyelesaian penelitian dengan tepat waktu.
3. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, selaku kepala program studi manajemen yang telah memberikan bantuan terhadap segala bentuk permasalahan akademik maupun non-akademik selama perkuliahan yang telah saya lewati serta dosen pembimbing kedua yang telah membantu saya dalam proses penyelesaian penelitian dengan arahan dan masukan yang baik.
4. Bapak Hananiel Mennoverdi Gunawan, BA, MBA, selaku dosen perwakilan akademik yang telah memberikan berbagai bentuk dukungan terhadap saya.

5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Manajemen yang turut memberikan dukungan dan semangat selama proses perkuliahan di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
6. Christina aurelia, selaku pacar saya yang dengan senantiasa selalu memberikan dukungan, semangat, doa, dan berbagai bentuk bantuan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh kerabat dan teman-teman perkuliahan yang selalu meluangkan waktu untuk membantu penyelesaian penelitian ini.

Atas segala bentuk dukungan dari berbagai pihak, hanya kuasa Tuhan Yang Maha Esa yang dapat membalas semua bentuk kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Dalam proses penyelesaian penelitian, penulis menyadari bahwa dalam penggunaan kata dan penyajian masih memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki. Maka dari itu penulis sangat membutuhkan segala bentuk kritik dan saran yang dapat digunakan penulis untuk melakukan perbaikan terhadap penelitian.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	12
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat Teoritis	14
1.5.2 Manfaat Praktis	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i>	17
2.1.2 <i>Satisfaction</i>	18
2.1.3 <i>Interaction Intensity</i>	20
2.1.4 <i>Similarity</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Pengembangan Hipotesis	31
2.3.1 Pengaruh <i>Appearance Similarity</i> Terhadap <i>Interaction Intensity</i> ... 31	
2.3.2 Pengaruh <i>Lifestyle Similarity</i> Terhadap <i>Interaction Intensity</i> 31	
2.3.3 Pengaruh <i>Status Similarity</i> Terhadap <i>Interaction Intensity</i>	32
2.3.4 Pengaruh <i>Interaction Intensity</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	33
2.3.5 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intentions</i>	33

2.4	Model Penelitian.....	34
2.5	Bagan Alur Berpikir	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	36
3.1.1	Jenis Penelitian.....	36
3.1.2	Jenis Data	36
3.2	Populasi dan Sampel	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Metode Pengumpulan Data	39
3.4	Definisi Operasional Variabel	42
3.5	Metode Analisis Data	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Gambaran Umum.....	52
4.2	Mandiri Sekuritas	52
4.3	Analisis Data	60
4.4	Pembahasan	93
BAB V KESIMPULAN		109
5.1	Simpulan.....	109
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	109
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	111
5.2	Implikasi.....	112
5.2.1	Implikasi Teoritis	112
5.2.2	Implikasi Managerial	114
5.3	Rekomendasi	116
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Acara Pendidikan Pasar Modal oleh Mandiri Sekuritas di Lingkungan Mahasiswa	8
Gambar 1.2 Diskusi Antara Pihak Mandiri Sekuritas dengan Nasabah setelah acara Seminar Pasar Modal.....	9
Gambar 1.3 Pihak Mandiri Sekuritas Mengadakan Pertemuan Dengan Nasabah Prioritas	10
Gambar 2.1 Model Analisis pada penelitian Herjanto & Amin (2020).....	29
Gambar 2.2 Model Penelitian	34
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir Penelitian.....	35
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	54
Gambar 4.2 Usia Responden.....	55
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden.....	56
Gambar 4.4 Penghasilan Responden.....	57
Gambar 4.5 Lama Menjadi Nasabah dari Responden.....	58
Gambar 4.6 Frekuensi Konsultasi yang Telah Dilakukan Oleh Responden.....	59
Gambar 4.7 Nilai Investasi Responden.....	60
Gambar 4.8 Confirmatory Factor Analysis Appearance Similarity, Lifestyle Similarity, dan Status Similarity.....	84
Gambar 4.9 Confirmatory Factor Analysis Interaction Intensity, Satisfaction, dan Repurchase Intentions.....	86
Gambar 4.10 Model Stuctrural Equation Model.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan Sekuritas dengan Transaksi Tertinggi periode Mei 2020	3
Tabel 2.1 Hasil Uji Hipotesis Penelitian Herjanto & Amin (2020)	29
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.3 Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i>	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 4.2 Usia Responden	55
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	56
Tabel 4.4 Penghasilan Responden.....	56
Tabel 4.5 Lama Menjadi Nasabah.....	57
Tabel 4.6 Frekuensi Melakukan Konsultasi.....	58
Tabel 4.7 Frekuensi Melakukan Konsultasi.....	59
Tabel 4.8 Derajat Penilaian Tanggapan Responden.....	61
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Appearance Similarity.....	61
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Lifestyle Similarity.....	63
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Status Similarity.....	64
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Interaction Intensity.....	66
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap <i>Satisfaction</i>	68
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Repurchase Intentions.....	69
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Appearance Similarity.....	71
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Lifestyle Similarity.....	73
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Status Similarity.....	74
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Interaction Intensity	76
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Satisfaction.....	77
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Repurchase Intentions</i>	78
Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas Data.....	80
Tabel 4.22 Statistik Deskriptif z-score.....	81
Tabel 4.23 Nilai <i>Mahalanobis Distance</i>	82
Tabel 4.24 Nilai Factor Loading Konstruk Eksogen.....	85
Tabel 4.25 Nilai Factor Loading Konstruk Endogen.....	86
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk.....	87
Tabel 4.27 Indeks Pengujian Kelayakan SEM (Base Model).....	89
Tabel 4.28 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Antar Variabel.....	90
Tabel 4.29 Indikator Variabel Appearance Similarity.....	97
Tabel 4.30 Indikator Variabel Lifestyle Similarity.....	100

Tabel 4.31 Indikator Variabel Status Similarity.....	101
Table 4.32 Indikator Variabel Interaction Intensity.....	103
Tabel 4.33 Indikator Variabel Satisfaction.....	105
Tabel 4.34 Indikator Variabel Repurchase Intentions.....	107
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	113
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	114



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner	A-1
Lampiran B.....	B-1
Lampiran C Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	C-1
Lampiran D Hasil Pengujian Struktural Equation Model (SEM).....	D-1

