

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis naikan kepada Tuhan Yesus Kristus karena kasih, kemurahan, dan pertolongan-Nya, tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan segala baik serta tepat waktu.

Tugas akhir berjudul “**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA REVIEW, BRAND SATISFACTION, DAN SERVICE OPERATIONS YANG DIMODERASI OLEH PROMOTIONS TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD’S DI INDONESIA**” dibuat dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan akademik guna memperoleh Sarjana Manajemen Strata Satu di Universitas Pelita Harapan, Lippo Village.

Dalam membangun penulisan ini, Penulis sadar bahwa tanpa adanya dukungan bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis secara khusus berterima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Gracia S. S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Vina Christina Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Bpk Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, M.M., selaku Ketua Kosentrasi Manajemen Ritel.

4. Bpk Danet Arya Patria, S.E., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang penuh dedikasi telah meluangkan banyak waktu dan tenaga dalam membimbing penulis dengan selalu memberikan dorongan, dukungan dan berbagai saran kepada penulis hingga penulisan tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Margaretha Pink Berlianto S.E., M.M., Ak., CA. sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan yang telah berkontribusi dalam mendidik dan membagikan ilmu serta pengalaman yang berharga bagi penulis selama masa perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
7. Staf Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif selama perkuliahan.
8. Papa, Mama, dan kakak, Om, Tante, Ama Sin, Kong Engki, Mak Hoa, Kong Asen dan semua keluarga besar peneliti yang selalu mendoakan, serta memberikan dukungan, kasih sayang, perhatian dan motivasi kepada penulis.
9. Ibu Gembala dan segenap jemaat GPdI Antiokhia Bailang, serta Bapak & Ibu Gembala, segenap jemaat GPdI Getsemani Lippo Karawaci, Ci Clesia dan seluruh Tim Getsemani yang selalu mendoakan dan mendidik penulis sehingga dapat bertumbuh secara rohani.

10. Teman seperjuangan dari awal masuk kuliah Brok Christian, Brok Elbert, Brok Kevin Ch, Brok Ericko, Brok Christian Wongsari, Karenina, Michelle Sing dan teman sekelas lainnya.
11. Teman-teman pemain musik: Ikip, Nando, Ka Lee & Ka Priska, Aba Finsen & Umi Nio, Ka Will & Atha, Bpk David & Ibu Milka, Ka Tian, Ka Celu & ka Vhena, Ka melisa, Ka Rio & Ka Cici, Ka Jerry dan teman-teman lainnya yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
12. Teman-teman rantau: Patrick, Chloe, Antania, Sabrina, dan teman-teman kawanua yang telah berjuang bersama-sama dengan peneliti sejak tahun pertama sebagai mahasiswa rantau serta teman-teman SMA yang sudah membantu penulis dalam mengisi kuesioner penelitian ini.
13. Kepada yang terkasih Aurellea Christina Wowor yang senantiasa membantu penulis selama ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih bayank keterbatasan dan kekurangan. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat objektif dan membangun demi perbaikan penulisan tugas akhir ini. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih dan kiranya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.

Tangerang, November 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	20
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	22
1.5 Sistematika Penelitian	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Restoran Cepat Saji (<i>Fast-food</i>).....	26
2.2 Social Media Review.....	29
2.3 Brand Satisfaction	34
2.4 Service Operations	36
2.5 Promotions.....	38
2.6 Customer Satisfaction	41
2.7 Pengajuan Hipotesis.....	43
2.8 Model Penelitian	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Objek Penelitian	49
3.2 Unit Analitis.....	49
3.3 Tipe Penelitian	50
3.4 Operasional Variabel Penelitian	53
3.5 Populasi dan Sampel	62
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	63
3.5.2 Metode Penarikan Sampel	65
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	69
3.7 Metode Analisis Data	71
3.7.1 Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)	72
3.7.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	74
3.7.3 Uji Validitas	77

3.7.4	Uji Reliabilitas	79
3.8	Studi Pendahuluan	80
3.8.1	Hasil Uji Model Penelitian Studi Pendahuluan	81
3.8.1.1	Hasil Uji Convergent Validity Studi Pendahuluan.....	81
3.8.1.2	Revisi Hasil Uji Convergent Validity Studi Pendahuluan...	84
3.8.1.3	Hasil Uji Discriminant Validity Studi Pendahuluan	87
3.8.1.4	Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	90
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		92
4.1	Hasil Penelitian	92
4.1.1	Profil Responden	93
4.1.1.1	Jenis Kelamin	93
4.1.1.2	Usia	94
4.1.1.3	Pekerjaan	95
4.1.1.4	Tempat Tinggal.....	96
4.1.1.5	Pendapatan	97
4.1.1.6	Frekuensi Membeli atau Makan Dalam 3 Bulan Terakhir .	98
4.1.2	Data Analisis Deskriptif	98
4.1.2.1	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Social Media Review 101	
4.1.2.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Brand Satisfaction .	102
4.1.2.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Service Operations	103
4.1.2.4	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Customer Satisfaction 105	
4.1.2.5	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Promotions (Sales Promotions)	106
4.2	Analisis Data Penelitian	107
4.2.1	Model pengukuran (<i>Outer Model</i>)	108
4.2.1.1	Uji Validitas	109
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	112
4.2.1.3	Uji Multikolinieritas	113
4.2.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	114
4.2.2.1	Coefficient of Determination (R squares)	115
4.2.2.2	Pengujian Hipotesis	116
4.3	Pembahasan	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		127
5.1	Kesimpulan	127
5.2	Implikasi Manajerial.....	128
5.3	Keterbatasan dan Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA		136
LAMPIRAN		144

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Total Kontribusi Sektor Ekonomi Terhadap PDB Nasional dan Industri Pertumbuhan Tertinggi (2018) Sumber: Koran Sindo (2019).....	2
Gambar 1. 2 Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman, Restoran, dan sejenisnya Sumber: www.dataindustri.com (2021)	3
Gambar 1. 3 Media Sosial McDonald’s Indonesia (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube) Sumber: McDonald.co.id (2021).....	13
Gambar 1. 4 Media Sosial McDonald’s Indonesia (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube) Sumber: McDonald.co.id (2021).....	14
Gambar 1. 5 Rating Social Media McDonald’s dan Pizza Hut Indonesia di Social Media Facebook Sumber: Facebook McDonald’s dan Pizza Hut Indonesia.	14
Gambar 4. 1 Presentase Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Sumber: Pengolahan Data Google Form (2021)	93
Gambar 4. 2 Presentase Profil Responden Berdasarkan Usia Sumber: Pengolahan Data Google Form (2021)	94
Gambar 4. 3 Presentase Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Sumber: Pengolahan Data Google Form (2021)	95
Gambar 4. 4 Presentase Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Sumber: Pengolahan Data Google Form (2021)	96
Gambar 4. 5 Presentase Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Sumber: Pengolahan Data Google Form (2021)	97
Gambar 4. 6 Presentase Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli atau Makan Sumber: Pengolahan Data Google Form (2021).....	98
Gambar 4. 7 Hasil Pengujian Aktual Model Pengukuran Sumber: Pengolahan Data Analisis SmartPls (2021)	108
Gambar 4. 8 Hasil Pengujian Aktual Model Struktural Sumber: Pengolahan Data Analisis SmartPls (2021).....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Restoran Fast Food di Indonesia 2018-2021.....	9
Tabel 1. 2 Komplek Pelanggan McDonald's di Indonesia.....	14
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	53
Tabel 3. 2 Penjelasan 5 Poin Likert Scale.....	76
Tabel 3. 3 Hasil Uji Studi Pendahuluan Outer loadings.....	82
Tabel 3. 4 Hasil Uji Studi Pendahuluan Avarage Variance Extraced.....	83
Tabel 3. 5 Revisi Hasil Uji Studi Pendahuluan Outer loading.....	86
Tabel 3. 6 Revisi Hasil Uji Studi Pendahuluan Avarage Variance Extraced.....	87
Tabel 3. 7 Hasil Uji Studi Pendahuluan Discriminant Validity.....	88
Tabel 3. 8 Revisi Hasil Uji Studi Pendahuluan Discriminant Validity.....	89
Tabel 3. 9 Hasil Uji Studi Pendahuluan Reliability.....	91
Tabel 4. 1 Penjelasan 5 poin likert scale.....	99
Tabel 4. 2 Penjelasan Konversi Perhitungan.....	100
Tabel 4. 3 Nilai Rata-Rata Variabel Social Media Review.....	101
Tabel 4. 4 Nilai Rata-Rata Variabel Brand Satisfaction.....	102
Tabel 4. 5 Nilai Rata-Rata Variabel Service Operations.....	104
Tabel 4. 6 Nilai Rata-Rata Variabel Customer Satisfation.....	105
Tabel 4. 7 Nilai Rata-Rata Variabel Promotions.....	107
Tabel 4. 8 Hasil Uji AVE Studi Aktual.....	109
Tabel 4. 9 Hasil Uji Outer Loadings.....	110
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Discriminant Validity Fornell-Larcker Criterion.....	111
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	112
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Multikolonieritas.....	114
Tabel 4. 13 Hasil Nilai R-Squares.....	115
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Path Coefficients.....	117