

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yesus karena atas semua rahmat dan kasih karunia-Nya yang Ia curahkan dalam membimbing dan menyertai hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap *Repurchase Intention* di Toko Ritel H&M”, yang ditujukan agar memenuhi salah satu persyaratan kelulusan dari jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pelita Harapan.

Selama masa-masa persiapan, penyusunan, sampai hingga menyelesaikan tugas akhir, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak-pihak yang sudah memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis, sehingga dapat terwujudnya tugas akhir ini, kepada yang terhormat:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Vina Christina Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Dr. Hendra Achmadi, M.M., M.Acc. selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan waktu, tenaga, dan pikiran hingga semangat dalam memberi bimbingan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir.
4. Bapak Dr. Sidik Budiono, S.E., M.E. selaku Ketua Penguji Sidang yang telah menyempatkan waktu dan memberikan masukan-masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.

5. Ibu Juniarty, S.Sos., M.M. selaku Dosen Penguji Sidang yang telah menyempatkan waktu dan memberikan masukan-masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Semua dosen dan juga *staff* pengajar di Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan yang telah mencurahkan segala ilmu dan pengetahuannya selama masa studi penulis di Universitas Pelita Harapan.
7. Kedua orangtua penulis, Handi Suryana Setyadi S.E., dan Christin Mulyadi S.E., yang telah memberikan doa, dukungan moril maupun materiil kepada penulis.
8. Kakak kandung penulis, Evando Setyadi S.Par., yang telah memberi bantuan, dukungan, semangat, dan umpan balik selama mengerjakan skripsi ini.
9. Calista Renielta, Jesslyn Thung, Gracecia Setiawati Widodo, Thasya Gracella Hartantio, Michelle Law, dan Priscilia Jessica Jones yang selama masa studi di Universitas Pelita Harapan telah memberi dukungan dan semangat selagi berjuang bersama-sama dalam kepentingan studi.
10. Semua teman-teman seangkatan 2018 yang telah berjuang bersama-sama dan memberikan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan di Universitas Pelita Harapan yang nama-namanya tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih banyak adanya kekurangan akibat keterbatasan pengalaman dan juga pengetahuan yang dimiliki

penulis. Penulis juga berharap dengan adanya penelitian ini akan memberikan manfaat pada pembaca. Penulis meminta maaf apabila ada kekeliruan dan kesalahan penulisan dalam skripsi ini. Kritik dan juga saran diharapkan oleh penulis demi penyempurnaan tugas akhir ini.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	I
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	II
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	III
ABSTRAK	IV
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI.....	IX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat secara Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>Service Quality</i> / Kualitas Layanan.....	11
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> / Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.3 <i>Repurchase Intention</i>	14
2.2 Hubungan Antar Variabel	15
2.2.1 <i>Tangible</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.2 <i>Reliability</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	15
2.2.3 <i>Responsiveness</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	16
2.2.4 <i>Assurance</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2.5 <i>Empathy</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	17
2.2.6 Kepuasan Pelanggan terhadap minat pembelian kembali/ <i>Repurchase Intention</i>	17
2.3 Model Penelitian.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20

3.1	Objek Penelitian	20
3.2	Subjek Penelitian.....	20
3.3	Jenis Penelitian.....	20
3.4	Desain Penelitian.....	21
3.5	Operasionalisasi Variabel.....	22
3.6	Populasi dan Sampel	25
3.7	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.8	Analisis Data	28
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	28
3.8.2	Analisis <i>Outer Model</i>	29
3.8.3	Analisis <i>Inner Model</i>	30
3.9	Pengujian Instrumen Penelitian.....	31
3.9.1	Pengujian Validitas.....	32
3.9.2	Pengujian Reliabilitas.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Karakteristik Responden	36
4.2	Analisis Deskriptif.....	38
4.2.1	Analisis Variabel <i>Tangible</i>	38
4.2.2	Analisis Variabel <i>Reliability</i>	40
4.2.3	Analisis Variabel <i>Responsiveness</i>	41
4.2.4	Analisis Variabel <i>Assurance</i>	43
4.2.5	Analisis Variabel <i>Empathy</i>	44
4.2.6	Analisis Variabel <i>Consumer Satisfaction</i>	46
4.2.7	Analisis Variabel <i>Repurchase Intention</i>	47
4.3	Analisis <i>Outer Model</i>	49
4.3.1	Analisis Validitas	49
4.3.2	Analisis Reliabilitas	51
4.3.3	Model	52
4.4	Analisis <i>Model-Fit</i>	53
4.5	Analisis.....	53

4.5.1	Analisis Koefisien Determinasi	53
4.5.2	Uji Hipotesis	54
4.5.3	Model	56
4.5.4	<i>Inner VIF</i>	57
4.5.5	Nilai <i>Predictive Relative</i>	57
4.5.6	<i>PLS Predict</i>	58
4.5.7	<i>Importance Performance Map (IPMA)</i>	58
4.6	Pembahasan	59
4.6.1	Pengaruh <i>Tangible</i> Terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	59
4.6.2	Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	60
4.6.3	Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	61
4.6.4	Pengaruh <i>Assurance</i> Terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	62
4.6.5	Pengaruh <i>Empathy</i> Terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	62
4.6.6	Pengaruh <i>Consumer Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Implikasi	66
5.3	Keterbatasan Penelitian	67
5.4	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		72