

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan hikmat, rahmat, kebijaksanaan dan kesehatan dalam menyelesaikan tugas akhir sebagai persyaratan akademik untuk memperoleh gelar studi Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Pada penelitian ini, penulis meyakini bahwa seluruh pengungkapan, penyajian dan penggunaan kata-kata dan bahasa masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari seluruh pihak untuk perbaikan pada tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada :

- 1) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA, selaku *Executive Director* dan *Associate Dean* yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
- 2) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku kepala program studi manajemen yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

- 3) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan seluruh perhatian, waktu, dan tenaga serta kesabaran yang tidak ternilai, serta memberikan dorongan semangat yang mendukung dan memberikan kritik saran yang membangun kepada saya sedari awal hingga penelitian ini dapat terselesaikan.
- 4) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M., CSMA, CDM, PDA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, memberikan saran dan pengertian, tenaga serta semangat yang tidak pernah berhenti sedari awal hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
- 5) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku dosen pembimbing akademik sedari awal masuk kuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, yang sangat supportif membantu dan meningkatkan serta mengajarkan berbagai hal dari awal hingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
- 6) Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 7) Ibu Janice C. Siahaya, S.M., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 8) Keluarga saya, Papa Epy, Mama Evie, Ka Yos, Ka Novi, Adik Vena, Ka Andre, Ka Donna, Ka Virgin, dan Adik Aline yang senantiasa

mendoakan, memberikan dukungan baik secara tenaga dan waktu serta memberikan semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan penelitian ini.

9) Alinda Kireina Ngantung yang telah menjadi *support system* dalam memberikan dukungan, semangat serta menghibur, mendoakan dan membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang telah saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, serta dalam menyelesaikan penelitian ini.

10) Dylan, Ngeks, Met, Ngok, Ch, Awet dan rumpun keluarga E11 yang juga turut menjadi salah satu *support system* yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.

11) Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara/I, dan teman-teman sekalian..

Surabaya, 13 Agustus 2022



(Chrisantus Yobelto Seran)

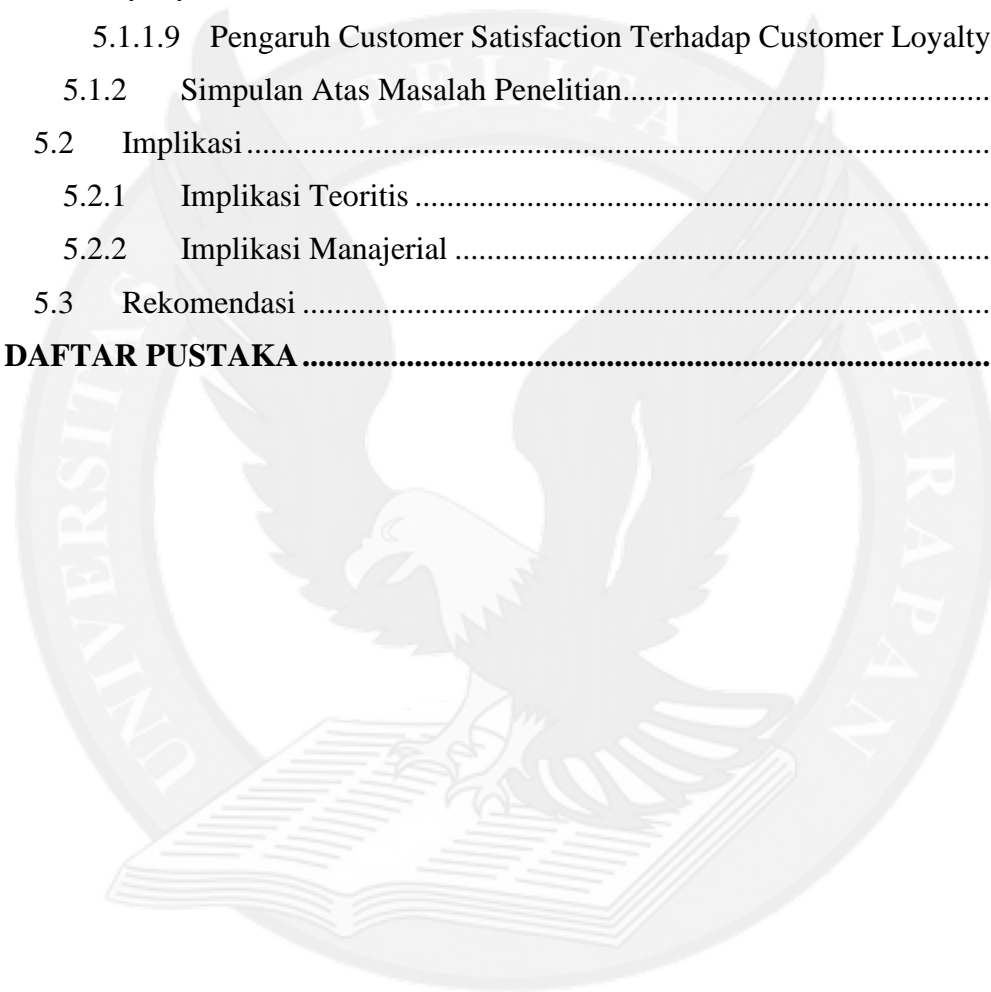
DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah.....	21
1.3 Rumusan Masalah	22
1.4 Tujuan Penelitian.....	23
1.5 Manfaat penelitian	24
1.5.1 Manfaat Teoritis	24
1.5.2 Manfaat Praktis	25
1.6 Sistematika Penulisan.....	25
BAB II	27
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	27
2.1 Landasan Teori	27
2.1.1 Customer Loyalty	27
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.1.3 <i>Self Congruity</i>	29
2.1.4 <i>Functional Congruity</i>	30
2.1.5 <i>Perceived Value</i>	31
2.1.6 <i>Attractiveness of Alternatives</i>	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Pengembangan Hipotesis	34
2.3.1 Pengaruh <i>Self Congruity</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	34
2.3.2 Pengaruh <i>Functional Congruity</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ...	35

2.3.3	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	35
2.3.4	Pengaruh <i>Attractiveness of Alternatives</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	36
2.3.5	Pengaruh <i>Self Congruity</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	36
2.3.6	Pengaruh <i>Functional Congruity</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	37
2.3.7	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	37
2.3.8	Pengaruh <i>Attractiveness of Alternatives</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> 38	
2.3.9	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.4	Model Penelitian.....	39
2.5	Bagan Alur Berpikir	40
BAB III	42
METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1	Jenis Penelitian	42
3.2	Populasi dan Sampel	43
3.2.1	Populasi	43
3.2.2	Sampel.....	43
3.3	Metode Pengumpulan Data	45
3.3.1	Jenis dan Sumber Data	45
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.4.1	Definisi Operasional.....	47
3.4.2	Pengukuran Variabel.....	49
3.5	Metode Analisis Data	50
BAB IV	62
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	62
4.1	Gambaran Umum MR D.I.Y	62
4.2	Analisis Data	63
4.2.1	Statistik Deskriptif	63
4.2.1.1	Karakteristik Responden	63
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.1.4	Tanggapan Responden	66
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	73

4.2.2.1	Penjelasan Responden Terhadap <i>Self Congruity</i>	73
4.2.2.2	Penjelasan Responden Terhadap <i>Functional Congruity</i>	75
4.2.2.3	Penjelasan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i>	76
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap <i>Attractiveness of Alternatives</i> .	77
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	79
4.2.2.6	Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	80
4.2.3	Uji Validitas	81
4.2.4	Uji Reliabilitas	82
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	83
4.2.5.1	Uji Normalitas	83
4.2.5.2	Uji Heterokedastisitas.....	86
4.2.5.3	Uji Asumsi Multikolinearitas	88
4.2.5.4	Uji Asumsi Linearitas.....	89
4.3	Metode Analisis Statistika.....	90
4.3.1	Analisis Regresi	90
4.3.1.1	Analisis Regresi Sederhana.....	90
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda	91
4.3.2	Analisis Koefisien Regresi Sederhana	95
4.3.3	Analisis Koefisien Regresi Berganda.....	96
4.3.4	Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	96
4.4	Metode Pengujian Hipotesis.....	97
4.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	97
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	98
4.5	Pembahasan	101
BAB V.....		120
KONKLUSI, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		120
5.1	Simpulan.....	120
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	121
5.1.1.1	Pengaruh <i>Self Congruity</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	121
5.1.1.2	Pengaruh <i>Functional Congruity</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> 121	
5.1.1.3	Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	122

5.1.1.4	Pengaruh Attractiveness of Alternatives Terhadap Customer Satisfaction	123
5.1.1.5	Pengaruh Self Congruity Terhadap Customer Loyalty	123
5.1.1.6	Pengaruh Functional Congruity Terhadap Customer Loyalty... ..	124
5.1.1.7	Pengaruh Perceived Value Terhadap Customer Loyalty.....	125
5.1.1.8	Pengaruh Attractiveness of Alternatives Terhadap Customer Loyalty	125
5.1.1.9	Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty .	126
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	127
5.2	Implikasi.....	129
5.2.1	Implikasi Teoritis	129
5.2.2	Implikasi Manajerial	130
5.3	Rekomendasi	132
DAFTAR PUSTAKA		134



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia Tahun 2021	8
Gambar 1. 2 Gerai MR D.I.Y di Indonesia	10
Gambar 1. 3 Logo MR D.I.Y	13
Gambar 1. 4 Pengunjung MR D.I.Y	16
Gambar 1. 5 Post Instagram MR D.I.Y	18
Gambar 1. 6 Karyawan MR D.I.Y	18
Gambar 1. 7 Pemberian Salam Dari Karyawan MR D.I.Y	19
Gambar 1. 8 Poster Harga Promo Pada Produk MR D.I.Y	20
Gambar 1. 9 Tatanan Produk MR D.I.Y	21
Gambar 2. 1 Hasil Penelitian Jurnal Utama	34
Gambar 2. 2 Model Penelitian	39
Gambar 2. 3 Bagan Alur Berpikir	41
Gambar 4. 1 Logo MR D.I.Y	62
Gambar 4. 2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Gambar 4. 3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	65
Gambar 4. 4 P-Plot Uji Normalitas Customer Satisfaction	84
Gambar 4. 5 P-Plot Uji Normalitas Customer Loyalty	85
Gambar 4. 6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Satisfaction.....	86
Gambar 4. 7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Loyalty	87
Gambar 4. 8 Hasil Penelitian	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persaingan Perusahaan Retail di Indonesia 2022.....	15
Tabel 3. 1 Likert Scale Point.....	47
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3. 3 Operasional Variabel.....	49
Tabel 3. 4 Rules of Thumb Koefisien Korelasi.....	59
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	66
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Self Congruity	66
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Functional Congruity.....	68
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Perceived Value.....	69
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Attractiveness of Alternatives	70
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Customer Satisfaction.....	71
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Customer Loyalty	72
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Self Congruity... 73	
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Functional Congruity	75
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Perceived Value 76	
Tabel 4. 13 Distribusi Jawab Responden Terhadap Variabel Attractiveness of Alternatives	77

Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Customer Satisfaction.....	79
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Customer Loyalty	80
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel Self Congruity	81
Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Variabel Functional Congruity.....	81
Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Value.....	82
Tabel 4. 19 Hasil Uji Validitas Variabel Attractiveness of Alternatives	82
Tabel 4. 20 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Satisfaction	82
Tabel 4. 21 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Loyalty	82
Tabel 4. 22 Hasil Uji Reliabilitas Self Congruity	82
Tabel 4. 23 Hasil Uji Reliabilitas Functional Congruity.....	83
Tabel 4. 24 Hasil Uji Reliabilitas Perceived Value.....	83
Tabel 4. 25 Hasil Uji Reliabilitas Attractiveness of Alternatives	83
Tabel 4. 26 Hasil Uji Reliabilitas Customer Satisfaction	83
Tabel 4. 27 Hasil Uji Reliabilitas Customer Loyalty	83
Tabel 4. 28 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	84
Tabel 4. 29 Uji Spearman's SC, FC, PV, AA*CS.....	87
Tabel 4. 30 Uji Spearman's CS, SC, FC, PV, AA*CL.....	87
Tabel 4. 31 Nilai Tolerance dan VIF	88
Tabel 4. 32 Hasil Uji Linearitas	89
Tabel 4. 33 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS*CL).....	90
Tabel 4. 34 Hasil Uji Regresi Berganda (SC, FC, PV, AA*CS)	91
Tabel 4. 35 Hasil Uji Regresi Berganda (SC, FC, PV, AA, CS*CL)	93
Tabel 4. 36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R ²).....	96
Tabel 4. 37 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi 2 (R ²).....	97
Tabel 4. 38 Hasil Uji F	98
Tabel 4. 39 Hasil Uji T.....	99
Tabel 4. 40 Indikator Variabel Self Congruity.....	111
Tabel 4. 41 Indikator Variabel Perceived Value	113
Tabel 4. 42 Indikator Variabel Functional Congruity	114
Tabel 4. 43 Indikator Variabel Attractiveness of Alternatives	115
Tabel 4. 44 Indikator Variabel Customer Satisfaction.....	116
Tabel 4. 45 Indikator Variabel Customer Loyalty	118
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	129

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER	A-2
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	B-1
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN	D-1

