

## **KATA PENGANTAR**

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan akal budi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi, yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam menyusun penelitian ini masih terdapat pengungkapan, penyajian, dan penggunaan kata-kata yang masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk dapat memperbaiki penelitian tugas akhir ini. Penulis juga mau menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir. Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku Executive Director dan Associate Dean serta dosen pembimbing yang telah membantu dan mendukung dalam begitu banyak hal selama penulis berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, CDM selaku ketua program studi manajemen yang selalu membantu dan mendukung penulis ketika berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
3. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan waktu dan tenaganya dalam membimbing saya menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

4. Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan mendukung, memberikan perhatian dan waktunya dalam saya menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, CDM, yang selalu membantu dan mendukung saya.
6. Ibu Janice Carysa Siahaya, S.M., M.M., yang juga selalu membantu dan mendukung saya.
7. Keluarga saya, Papa, Mama, Koko saya, dan kedua Cece saya yang telah mendukung dan membantu saya dalam memberikan dukungan dan doa dalam saya menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang juga telah membantu dan mendukung saya

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan dalam membalas semua kebaikan dari pihak-pihak yang membantu dan mendukung saya. Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak lain yang berkepentingan dengan topik yang sama.

Surabaya, 10 November 2022



Vincentius Rafael Lourens

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL .....                            | i    |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....    | ii   |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR ..... | iii  |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....       | iv   |
| ABSTRAK .....                                  | v    |
| KATA PENGANTAR .....                           | vi   |
| DAFTAR ISI .....                               | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....                            | xii  |
| DAFTAR TABEL .....                             | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                           | xvii |
| BAB I .....                                    | 1    |
| Latar Belakang Masalah.....                    | 1    |
| 1.1 Batasan Masalah.....                       | 13   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                      | 13   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                    | 14   |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                   | 15   |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                    | 15   |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                    | 16   |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....                 | 16   |
| BAB II.....                                    | 18   |
| 2.1 Landasan Teori.....                        | 18   |
| 2.1.1 <i>Behavioural Loyalty</i> .....         | 18   |
| 2.1.2 <i>Customer Gratitude</i> .....          | 19   |
| 2.1.3 <i>Promotion</i> .....                   | 21   |
| 2.1.4 <i>Tangible Reward</i> .....             | 23   |
| 2.1.5 <i>interpersonal Communication</i> ..... | 24   |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.1.6 <i>Preferential Treatment</i> .....                                       | 26        |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....  | 28        |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis .....  | 32        |
| 2.3.1 Pengaruh <i>Customer Gratitude</i> terhadap Behavioural Loyalty .....     | 32        |
| 2.3.2 Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Customer Gratitude.....                | 33        |
| 2.3.3 Pengaruh <i>Tangible Reward</i> terhadap Customer Gratitude.....          | 34        |
| 2.3.4 Pengaruh <i>Interpersonal Communication</i> terhadap Customer Gratitude . | 34        |
| 2.3.5 Pengaruh <i>Preferential Treatment</i> terhadap Customer Gratitude.....   | 35        |
| 2.4 Model Penelitian .....  | 36        |
| 2.5 Bagan Alur Berpikir.....  | 36        |
| <b>BAB III.....</b>   | <b>38</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian.....   | 38        |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....   | 39        |
| 3.2.1 Populasi .....  | 39        |
| 3.2.2 Sampel .....  | 39        |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data.....  | 41        |
| 3.3.1 Jenis dan Sumber Data .....   | 41        |
| 3.3.1.1 Data Primer .....   | 41        |
| 3.3.1.2 Data Sekunder .....   | 41        |
| 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....                           | 46        |
| 3.4.1 Definisi Operasional.....   | 46        |
| 3.4.2 Pengukuran Variabel .....   | 50        |
| 3.4.2.1 Variabel Terikat .....  | 51        |
| 3.4.2.2 Variabel Bebas .....  | 51        |
| 3.5 Metode Analisis Data.....   | 51        |
| 3.5.1 Regresi Linear Berganda (Multiple Linear Regression) .....                | 52        |
| 3.5.2 Uji Validitas.....  | 62        |
| 3.5.3 Uji Reliabilitas.....   | 62        |
| <b>BAB IV.....</b>  | <b>64</b> |
| 4.1 Gambaran Umum.....  | 64        |
| 4.1.1 PT. MINISO LIFESTYLE TRADING INDONESIA.....                               | 64        |

|   |     |
|---|-----|
| 4.1.2 Profil Responden .....  | 65  |
| 4.1.2.1 Jenis Kelamin Responden.....  | 66  |
| 4.1.2.2 Usia Responden .....  | 67  |
| 4.2 Analisis Data .....   | 69  |
| 4.2.1 Tanggapan Responden.....  | 69  |
| 1. Variabel Behavioural Loyalty.....  | 70  |
| 2. Variabel <i>Customer Gratitude</i> .....                                       | 72  |
| 3. Variabel <i>Promotion</i> .....  | 73  |
| 4. Variabel <i>Tangible Reward</i> .....  | 75  |
| 5. Variabel <i>Interpersonal Communication</i> .....                              | 77  |
| 6. Variabel <i>Preferential Treatment</i> .....                                   | 79  |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....   | 80  |
| 4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Behavioural Loyalty</i> .....            | 80  |
| 4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Gratitude</i> .....             | 82  |
| 4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Promotion</i> .....                      | 84  |
| 4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Tangible Reward</i> .....                | 86  |
| 4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Interpersonal Communication</i> .....    | 87  |
| 4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Preferential Treatment</i> .....         | 89  |
| 4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data.....  | 91  |
| 4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data .....  | 93  |
| 4.2.3.2 Evaluasi <i>Outliners</i> .....   | 95  |
| 4.2.3.2.1 Univariate Outliners.....   | 95  |
| 4.2.3.2.2 Multivariate Outliners.....   | 97  |
| 4.2.3.3 Evaluasi Multicollinearity dan Singularity .....                          | 99  |
| 4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> )..... | 99  |
| 4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....                     | 99  |
| 4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....                      | 102 |
| 4.2.4 Analisis Full Structural Equation Modeling.....                             | 104 |
| 4.2.4 Uji Reliability .....   | 108 |
| 4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....  | 109 |
| 4.2.5.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1).....   | 110 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.2.5.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2).....   | 111 |
| 4.2.5.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3).....   | 112 |
| 4.2.5.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4).....   | 113 |
| 4.2.5.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5).....   | 113 |
| 4.3 Pembahasan .....  | 114 |
| BAB V.....  | 133 |
| 5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis .....   | 134 |
| 5.1.1.1 Pengaruh <i>Customer Gratitude</i> terhadap Behavioural Loyalty .....                   | 134 |
| 5.1.1.2 Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap <i>Customer Gratitude</i> .....                      | 134 |
| 5.1.1.3 Pengaruh <i>Tangible Reward</i> terhadap <i>Customer Gratitude</i> .....                | 135 |
| 5.1.1.4 Pengaruh <i>Interpersonal Communication</i> terhadap <i>Customer Gratitude</i><br>..... | 136 |
| 5.1.1.5 Pengaruh <i>Preferential Treatment</i> terhadap <i>Customer Gratitude</i> .....         | 137 |
| 5.2 Implikasi.....  | 137 |
| 5.2.1 Implikasi Teoritis.....   | 137 |
| 5.2.2 Implikasi Manajerial.....   | 142 |
| 5.3 Rekomendasi .....   | 148 |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 150 |
| LAMPIRAN .....  | 155 |
| Petunjuk Pengisian Kuesioner:.....  | 155 |
| Keterangan pilihan jawaban:.....  | 155 |
| Bagian II: KUESIONER .....  | 0   |

## DAFTAR GAMBAR

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 1.1 MINISO Competitor .....  | 2   |
| Gambar 1.2 MINISO Logo .....  | 3   |
| Gambar 1.3 MINISO Branch in Galaxy Mall 3 Surabaya .....  | 4   |
| Gambar 1.4 Customer Review of MINISO.....   | 6   |
| Gambar 1.5 Discount Gambar 1.6 Discount in MINISO Application.....  | 7   |
| Gambar 1.7 Product <i>Promotion</i> .....   | 8   |
| Gambar 1.8 Product <i>Promotion</i> .....   | 9   |
| Gambar 1.9 MINISO <i>Promotion</i> for everyday necessity.....  | 10  |
| Gambar 1.10 Traditional Outfit of MINISO .....  | 11  |
| Gambar 2.1 Penelitian Terdahulu 1. Grosso., et al (2018).....   | 30  |
| Gambar 2.2 Penelitian Terdahulu 2, Islam (2012).....  | 31  |
| Gambar 2.3 Penelitian Terdahulu 2, Islam (2012).....  | 32  |
| Gambar 2.4 Model Penelitian, (Sumber diolah) .....  | 36  |
| Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis .....   | 55  |
| Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....   | 67  |
| Gambar 4.2 Usia Responden .....   | 68  |
| Gambar 4.3 Confirmatory Analysis <i>Promotion, Tangible Reward, Interpersonal<br/>Communication, Preferential Treatment</i> ..... | 109 |
| Gambar 4.4 Confirmatory Analysis <i>Customer Gratitude</i> dan Behavioural<br>Loyalty.....  | 103 |
| Gambar 4.5 Full Structural Equation Model.....  | 105 |

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 4.6 Aplikasi Miniso pada Android.....            | 106 |
| Gambar 4.7 Merchandise Miniso pada Tokopedia.....       | 118 |
| Gambar 4.8 Gelas Bare Bears Miniso.....                 | 119 |
| Gambar 4.9 Gelas Daiso.....                             | 119 |
| Gambar 4.10 Treatment of Miniso Labour to Customer..... | 120 |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 3.1 Likert Scale Number.....  | 42 |
| Tabel 3.2 Desain Inti Kuisisioner.....  | 43 |
| Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....  | 46 |
| Tabel 3.4 Keterangan Indikator Konstruk.....  | 54 |
| Tabel 3.5 Keterangan Hubungan Konstruk.....   | 56 |
| Tabel 3.6 Derajat Kekuatan Korelasi Goodness of Fit Index.....                            | 61 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....  | 66 |
| Tabel 4.2 Usia Responden.....   | 67 |
| Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....  | 70 |
| Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Behavioural Loyalty.....                           | 70 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Gratitude</i> .....                    | 72 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Promotion</i> .....                             | 74 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Tangible Reward</i> .....                       | 76 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Interpersonal Communication</i> .....           | 77 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Preferential Treatment</i> .....                | 79 |
| Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Behavioural Loyalty.....        | 81 |
| Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Gratitude</i> ..... | 83 |
| Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Promotion</i> .....          | 84 |
| Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Tangible Reward</i> .....    | 86 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Interpersonal Communication</i> .....  | 88  |
| Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Preferential Treatment</i> .....   | 89  |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Data. ....  | 93  |
| Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Z-score.....  | 96  |
| Tabel 4.18 Mahalobis Distance.....  | 99  |
| Tabel 4.19 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Promotion, Tangible Reward, Interpersonal Communication, Preferential Treatment</i> ..... | 100 |
| Tabel 4.20 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Customer Gratitude</i> dan <i>Behavioural Loyalty</i> .....                               | 104 |
| Tabel 4.21 Index Pengujian Kelayakan.....   | 106 |
| Tabel 4.22 Regression Weights Full Structural Equation Model.....   | 107 |
| Tabel 4.23 Uji Reliability.....   | 109 |
| Tabel 4.24 Analisis Hipotesis.....  | 111 |
| Tabel 4.25 Indikator Variabel <i>Behavioural Loyalty</i> .....  | 121 |
| Tabel 4.26 Indikator Variabel <i>Customer Gratitude</i> .....   | 123 |
| Tabel 4.27 Indikator Variabel <i>Promotion</i> .....  | 124 |
| Tabel 4.28 Indikator Variabel <i>Tangible Reward</i> .....  | 128 |
| Tabel 4.29 Indikator Variabel <i>Interpersonal Communication</i> .....  | 128 |
| Tabel 4.30 Indikator Variabel <i>Preferential Treatment</i> .....   | 129 |
| Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....   | 137 |
| Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....   | 143 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| LAMPIRAN A: KUESIONER .....                            | A-1 |
| LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER .....              | B-1 |
| LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....        | C-1 |
| LAMPIRAN D: HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATION MODE.. | D-1 |
| LAMPIRAN E: HASIL TURNITIN .....                       | E-1 |