

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan hikmat, kebijaksanaan, kesehatan, dan kekuatan 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 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) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA 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) Ms Janice C. Siahaya, S.M., M.M., CSMA, 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) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M. CSMA, CDM, PMA 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) Ibu, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 7) Bapak/Ibu..., selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

- 8) Keluarga saya, Papa Melky, Mama Fransience, Kakak Beaudreaux, Opa Sinyo, Oma Siwo yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan baik secara tenaga dan waktu serta memberikan semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 9) Pits, Santus, Kirei, Kiwkiw, Ch, Met, Ngoks, Wags, dan rumpun keluarga E11 yang juga turut menjadi salah satu support system yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.
- 10) Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah membantu dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu Saudara/I, dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi diri penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 17 Agustus 2022



(Alessandro Brawen Bonaparte Sumangkut)

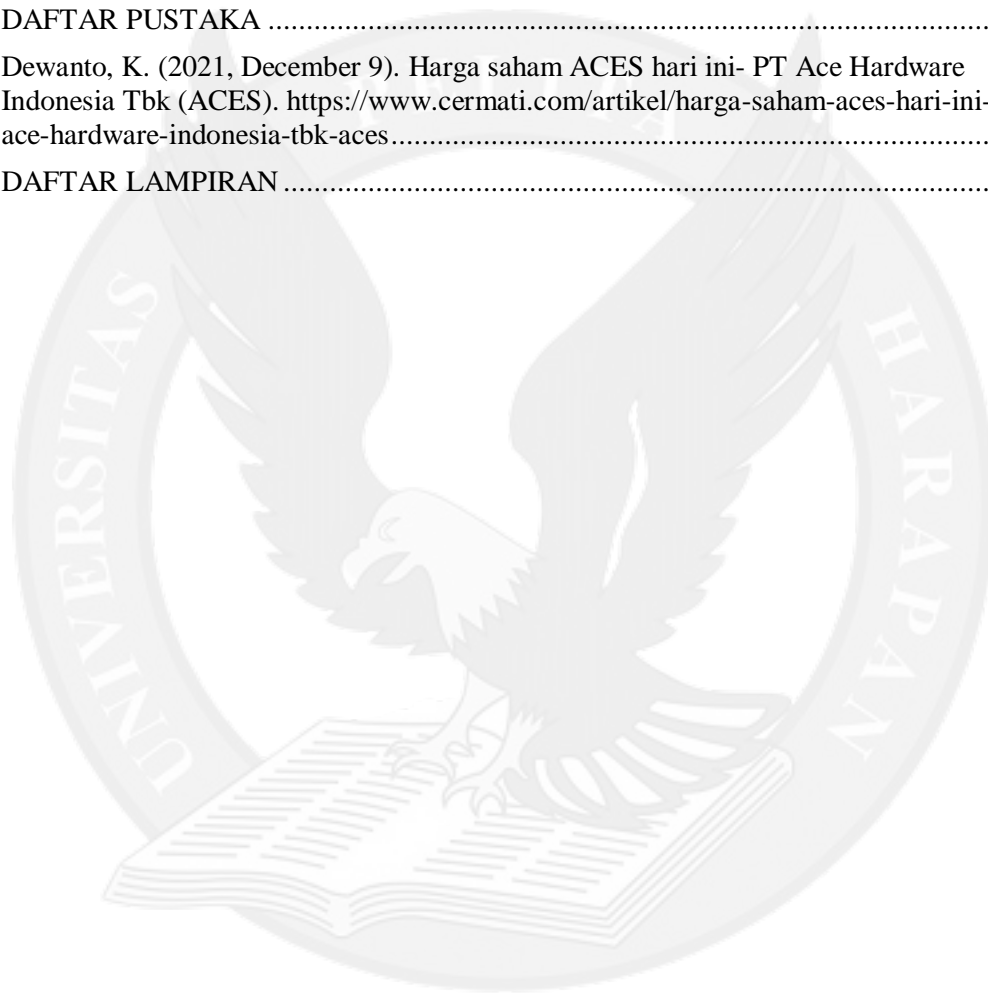
DAFTAR ISI

Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir.....	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	1
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	16
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	18
1.5.2. Manfaat Praktis	18
1.6 Sistematika Penulisan	19
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	21
2.1 Lantasan Teori.....	21
2.1.1 <i>Tangibless</i>	21
2.1.2 <i>Assurance</i>	21
2.1.3 <i>Reliability</i>	22
2.1.4 <i>Responsiveness</i>	23
2.1.5 <i>Empathy</i>	24
2.1.6 <i>Credibility</i>	25
2.1.7 <i>Perceived value</i>	25
2.1.8 <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.1.9 <i>Customer loyalty</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Pengembangan Hipotesis	29

2.3.1 Pengaruh <i>Tangibles</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.3.2 Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.3.3 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.3.4 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.3.5 Pengaruh <i>Empathy</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.3.6 Pengaruh <i>Credibility</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.3.7 Pengaruh <i>Perceived value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.3.8. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	31
2.4 Model Penelitian	32
2.5 Bagian Alur Berpikir	32
BAB III.....	35
METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	35
3.1.1 Jenis Penelitian	35
3.1.2 Jenis Data	35
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel	37
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	41
3.5 Metode Analisis Data	43
3.5.1 Pengolahan Data.....	43
3.5.2 Pengujian Hipotesis	43
3.5.3 <i>Uji Reliability</i>	54
BAB IV	56
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	56
4.2 Deskripsi Data.....	57
4.2.1 Profil Responden	57
4.2.2 Analisis Indikator Variabel	59
4.2.2.1 Analisis Indikator Variabel <i>Tangibles</i>	60
4.2.2.2 Analisis Indikator Variabel <i>Assurance</i>	61
4.2.2.3 Analisis Indikator Variabel <i>Reliability</i>	62
4.2.2.4 Analisis Indikator Variabel <i>Responsiveness</i>	64
4.2.2.5 Analisis Indikator Variabel <i>Empathy</i>	65
4.2.2.6 Analisis Indikator Variabel <i>Credibility</i>	67

4.2.2.7 Analisis Indikator Variabel <i>Perceived value</i>	68
4.2.2.8 Analisis Indikator Variabel <i>Customer satisfaction</i>	69
4.2.2.9 Analisis Indikator Variabel <i>Customer loyalty</i>	71
4.3 Pengujian Data.....	72
4.3.1 Uji <i>Outlier</i>	72
4.3.2 Hasil Uji Normalitas	73
4.3.3 Extracted variance.....	74
4.3.4 Construct Reliability	75
4.4 Analisis Model Penelitian	76
4.4.1 Full Structural model.....	76
4.4.1.1 Analisis Faktor Konfirmatori.....	77
4.4.1.2 Analisis <i>Structural Model</i>	78
4.4.2 Goodness of Fit Index	80
4.4.3 Hasil Pengujian Hipotesis	81
4.5 Pembahasan.....	83
4.5.1 Pemingkatan Pengaruh Tiap Variabel	83
4.5.2 Analisis Variabel Penelitian	85
4.5.2.1 Pembahasan Variabel Tangibles	85
4.5.2.2 Pembahasan Variabel Assurance	87
4.5.2.3 Pembahasan Variabel Reliability	89
4.5.2.4 Pembahasan Variabel Responsiveness	90
4.5.2.5 Pembahasan Variabel Empathy.....	92
4.5.2.6 Pembahasan Variabel Credibility.....	94
4.5.2.7 Pembahasan Variabel <i>Perceived value</i>	96
4.5.2.8 Pembahasan Variabel <i>Customer satisfaction</i>	98
4.5.2.9 Pembahasan Variabel <i>Customer Loyalty</i>	100
BABV.....	103
PENUTUP	103
5.1 Simpulan	103
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	103
5.1.1.1 Pengaruh Tangibles Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	103
5.1.1.2 Pengaruh Assurance Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	103
5.1.1.3 Pengaruh Reliability Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	104
5.1.1.4 Pengaruh Responsiveness Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	104
5.1.1.5 Pengaruh Empathy Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	104
5.1.1.6 Pengaruh Credibility Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	105

5.1.1.7	Pengaruh Perceived value Terhadap Customer satisfaction	105
5.1.1.8	Pengaruh Customer satisfaction Terhadap Customer loyalty	105
5.1.2	Simpulan Berdasarkan Rumusan Masalah	105
5.2	Implikasi.....	107
5.2.1	Implikasi Teoritis	107
5.2.2	Implikasi Manajerial	108
5.3	Rekomendasi	110
DAFTAR PUSTAKA		111
Dewanto, K. (2021, December 9). Harga saham ACES hari ini- PT Ace Hardware Indonesia Tbk (ACES). https://www.cermati.com/artikel/harga-saham-aces-hari-ini-pt-ace-hardware-indonesia-tbk-aces		111
DAFTAR LAMPIRAN		115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Retail di Indonesia	4
Gambar 1. 2 Logo Ace Hardware.....	5
Gambar 1. 3 Kinerja Saham Ace Hardware di Indonesia	5
Gambar 1. 4 Krisbow Jemuran Pakaian 3 Tingkat	6
Gambar 1. 5 Preclean Alat Pel Semprot.....	7
Gambar 1. 6 Krishome Kaset Kamar Mandi	7
Gambar 1. 7 Kulkas Mobil Portable Mobicool	8
Gambar 1. 8 Penilaian Pelayanan Ace Hardware Cabang Mantos.....	10
Gambar 1. 9 Kemampuan Perusahaan Dalam memuaskan Pelanggan.....	11
Gambar 1. 10 Menyediakan Layanan Proteksi Ace Assurance.....	12
Gambar 1. 11 Pelayanan Ace Hardware di Manado	13
Gambar 1. 12 Daya Tanggap Ace Hardware di Masa Pandemi.....	13
Gambar 1. 13 Ace Hardware Fokus Pada Kepuasan Pelanggan.....	14
Gambar 1. 14 Contoh Dari Perceived value Dari Ace Hardware.....	15
Gambar 2. 1 Model Penelitian	32
Gambar 2. 2 Bagian Alur Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	47
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia	59
Gambar 4. 3 Full Structural model	76

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 3 Keterangan Indikator Konstruk.....	46
Tabel 3. 4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	47
Tabel 3. 5 Hasil Konversi Kedalam Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen.....	48
Tabel 3. 6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness of Fit Index)	53
Tabel 4. 1 kategori Produk Ace Hardware.....	57
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	58
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi dan Nilai Rata-Rata Variabel Tangibles	60
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi dan Nilai Rata-Rata Variabel Assurance	61
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi dan Nilai Rata-Rata Variabel Reliability	62
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi dan Nilai Rata-Rata Variabel Responsiveness	64
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi dan Nilai Rata-Rata Variabel Empathy	65
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi dan Nilai Rata-Rata Variabel Credibility	67
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi dan Nilai Rata-Rata Variabel Perceived value	68
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi dan Nilai Rata-Rata Variabel Customer satisfaction.....	69
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi dan Nilai Rata-Rata Variabel Customer loyalty ...	71
Tabel 4. 13 Output Nahalanobis Distance	73
Tabel 4. 14 Uji Normalitas Data Penelitian	74
Tabel 4. 15 Uji Validitas Variabel Penelitian	75
Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	75
Tabel 4. 17 Model Pengukuran Variabel Penelitian	77
Tabel 4. 18 Hubungan Kausalitas Pada Standardized Regression	78
Tabel 4. 19 Indikator Pengujian Model Penelitian	81
Tabel 4. 20 Pengujian Hipotesis.....	81
Tabel 4. 21 Evaluasi Kesenjangan Variabel Tangibles	85
Tabel 4. 22 Evaluasi Kesenjangan Variabel Assurance	87
Tabel 4. 23 Evaluasi Kesenjangan Variabel Reliability	89
Tabel 4. 24 Evaluasi Kesenjangan Variabel Responsiveness	91
Tabel 4. 25 Evaluasi Kesenjangan Variabel Empathy	93
Tabel 4. 26 Evaluasi Kesenjangan Variabel Credibility	94
Tabel 4. 27 Evaluasi Kesenjangan Variabel Perceived value	96
Tabel 4. 28 Evaluasi Kesenjangan Variabel Customer satisfaction	98
Tabel 4. 29 Evaluasi Kesenjangan Variabel Customer loyalty	100
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	107
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial.....	108