

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK	8
ABSTRACT	9
DAFTAR ISI	10
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR LAMPIRAN	16
BAB I	17
PENDAHULUAN.....	17
1.1 Latar Belakang.....	17
1.2 Batasan Masalah.....	35
1.3 Rumusan Masalah	35
1.4 Tujuan Penelitian.....	36
1.5 Manfaat Penelitian.....	37
1.5.1 Manfaat Teoritis	37
1.5.2 Manfaat Praktis.....	37
1.6 Sistematika Penulisan.....	38
BAB II	39
2.1 Landasan Teori.....	39
2.1.1 Behavior Intention	39
2.1.2 Customer Satisfaction.....	40
2.1.3 Promotion	41
2.1.4 Basic Information	43
2.1.5 Customer Service.....	45
2.1.6 Human Sale.....	46
2.2 Penelitian Terdahulu	47
2.3 Pengembangan Hipotesis	49
2.4 Model Penelitian	52
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	53

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	55
3.1.1 Jenis Penelitian	55
3.1.2 Jenis Data.....	57
3.1.3 Sumber Data	57
3.2 Populasi dan Sampel	58
3.2.1 Populasi	58
3.2.2 Sampel	59
3.3 Metode Pengumpulan Data	60
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	64
3.5 Metode Menganalisis Data	65
3.5.1 Pengolahan Data	65
3.5.2 Pengujian Hipotesis	66
3.5.2.1 Uji Validitas.....	66
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	67
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	68
3.5.2.4 Analisis Linier Regresi Sederhana (Simple Regression).....	71
3.5.2.5 Analisis Linear Regresi Berganda (Multiple Regression).....	71
3.5.2.6 Koefisien Korelasi (R).....	72
3.5.2.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	73
3.5.2.8 Uji F (Uji Serentak).....	74
3.5.2.9 Uji T (Uji Parisal).....	74
BAB IV	75
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Gambaran Umum Uniqlo	75
4.2 Analisis Data	77
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	77
4.2.1.1 Karakteristik Responden	77
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	78
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	79
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	85
4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap Promotion	85
4.2.2.2 Penjelasan Responden Terhadap Basic Information	87
4.2.2.3 Penjelasan Responden Terhadap Customer Service.....	89
4.2.2.4 Penjelasan Responden Terhadap Human Sale	90
4.2.2.5 Penjelasan Responden Terhadap Customer Satisfaction.....	92
4.2.2.6 Penjelasan Responden Terhadap Behavior Intention	93
4.2.3 Uji Validitas.....	94
4.2.4 Uji Realibilitas.....	95
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi Uji Normalitas	96
4.2.5.1 Uji Normalitas	96
4.2.5.2 Uji Heterokedastisitas.....	98

4.2.5.3 Uji Asumsi Multikolinearitas	100
4.2.5.4 Uji Asumsi Linearitas.....	101
4.3 Metode Analisis Statistika.....	102
4.3.1 Analisis Regresi.....	102
4.3.1.1 Analisis Regresi Sederhana	102
4.3.1.2 Analisis Regresi Berganda	103
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	105
4.3.2.1 Analisis Koefisien Regresi Sederhana.....	106
4.3.3 Analisis Koefisien Regresi Berganda.....	106
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	107
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	107
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	108
4.5 Pembahasan	110
BAB V	124
5.1 Simpulan.....	124
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	124
5.1.1.1 Pengaruh Promotion Terhadap Customer Satisfaction.....	124
5.1.1.2 Pengaruh Basic Information Terhadap Customer Satisfaction	125
5.1.1.3 Pengaruh Customer Service Terhadap Customer Satisfaction	126
5.1.1.4 Pengaruh Human Sale Terhadap Customer Satisfaction.....	127
5.1.1.5 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Behavior Intention	128
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	129
5.2 Implikasi	130
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	130
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	131
5.3 Rekomendasi	136
DAFTAR PUSTAKA.....	138
LAMPIRAN A: KUESIONER.....	140
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER.....	143
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA STATISTIK DESKRIPTIF	151
LAMPIRAN D : HASIL TURNITIN.....	168

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Logo Uniqlo	22
Gambar 1. 2 Tampilan Logo PT. Fast Retailing.....	23
Gambar 1. 3 Website Uniqlo	24
Gambar 1. 4 Aplikasi Uniqlo.....	25
Gambar 1. 5 Instagram Official Uniqlo Indonesia	27
Gambar 1. 6 Store Uniqlo Galaxy Mall Surabaya.....	29
Gambar 1. 7 Review Aplikasi Uniqlo	30
Gambar 1. 8 Store Uniqlo Galaxy Mall Surabaya.....	31
Gambar 1. 9 Store Uniqlo Galaxy Mall Surabaya.....	32
Gambar 1. 10 Store Uniqlo Galaxy Mall Surabaya.....	32
Gambar 1. 11 Store Uniqlo Galaxy Mall Surabaya.....	33
Gambar 1. 12 Uniqlo Cashier	34
Gambar 1. 13 Store Uniqlo Galaxy Mall Surabaya.....	34
Gambar 2. 1 Model Penelitian Jurnal Utama	49
Gambar 2. 2 Model Penelitian.....	52
Gambar 2. 3 Bagan Alur Berpikir	54
Gambar 4. 1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Gambar 4. 2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia	79
Gambar 4. 3 P-Plot Uji Normalitas Customer Satisfaction	97
Gambar 4. 4 P-Plot Uji Normalitas Behavior Intention	98
Gambar 4. 5 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Satisfaction	99
Gambar 4. 6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Behavior Intention.....	99
Gambar 4. 7 Hasil Penelitian Uniqlo Surabaya.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persaingan Uniqlo dengan H&M dan Zara	27
Tabel 3. 1 Desain Inti Kuesioner	62
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	64
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	73
Tabel 3. 4 Rules of Thumb Ukuran Koefisien Korelasi	73
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	80
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Promotion	80
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Basic Information	81
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Customer Service.....	82
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Human Sale.....	83
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Customer Satisfaction.....	84
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Behavior Intention	84
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Promotion	85
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Basic Information.....	87
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Customer Service	89
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Human Sale	90
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Customer Satisfaction	92
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Behavior Intention.....	93
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel Promotion	95
Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Variabel Basic Information	95
Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Service.....	95
Tabel 4. 19 Hasil Uji Validitas Human Sale	95
Tabel 4. 20 Hasil Uji Validitas Customer Satisfaction.....	95
Tabel 4. 21 Hasil Uji Validitas Behavior Intention.....	95
Tabel 4. 22 Hasil Uji Realibilitas Promotion	95
Tabel 4. 23 Hasil Uji Realibilitas Basic Information	96
Tabel 4. 24 Hasil Uji Realibilitas Customer Service.....	96
Tabel 4. 25 Hasil Uji Realibilitas Human Sale.....	96
Tabel 4. 26 Hasil Uji Realibilitas Customer Satisfaction.....	96
Tabel 4. 27 Hasil Uji Realibilitas Behavior Intention	96
Tabel 4. 28 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S).....	97
Tabel 4. 29 Uji Spearman's PM, BIU, CS, HS*CSa	100
Tabel 4. 30 Uji Spearman's BI*CSa.....	100
Tabel 4. 31 Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).....	101
Tabel 4. 32 Hasil Uji Linearitas	101
Tabel 4. 33 Hasil Uji Regresi Sederhana (CSa*BI)	102
Tabel 4. 34 Hasil Uji Regresi Berganda (PM, BIU, CS, HS*CSa).....	103
Tabel 4. 35 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	106
Tabel 4. 36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	107
Tabel 4. 37 Hasil Uji F	108
Tabel 4. 38 Hasil Uji T	109
Tabel 4. 39 Indikator Variabel Promotion.....	116

Tabel 4. 40 Indikator Variabel Basic Information.....	117
Tabel 4. 41 Indikator Variabel Customer Service.....	119
Tabel 4. 42 Indikator Variabel Human Sale.....	120
Tabel 4. 43 Indikator Variabel Customer Satisfaction	121
Tabel 4. 44 Indikator Variabel Behavior Intention	122
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	130
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial.....	134



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER.....	140
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER.....	143
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA STATISTIK DESKRIPTIF	151
LAMPIRAN D : HASIL TURNITIN.....	168

