

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, saya mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah, cinta dan anugrah-Nya, dalam penulisan Tugas Akhir berupa skripsi berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas konsumen Transmart di Indonesia Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen dan Citra Perusahaan”.

Melalui studi ini, tugas akhir dapat diselesaikan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan. Banyak terima kasih yang ingin saya sampaikan kepada Bapak Hendra Achmadi, S.Kom, M.M., selaku pembimbing skripsi yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan banyak ilmu, masukan, ide kritis dan waktu dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Saya mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan moril dan materil guna menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini. Proyek akhir ini dimungkinkan dengan kontribusi dari orang-orang penting di sekitar saya. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

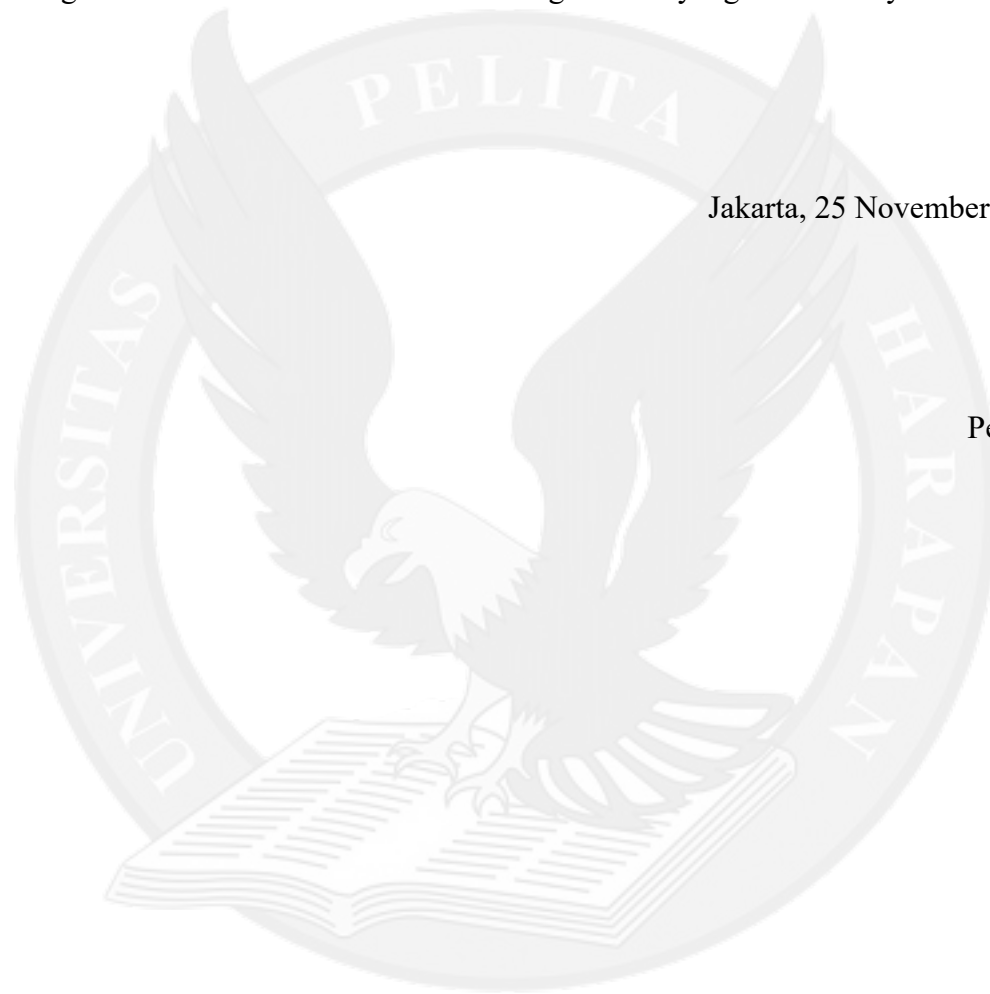
- 1) Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan
- 2) Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan

- 3) Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A., selaku AOE *Retail* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan
- 4) Ibu Cynthia Anna Wijayanti, S.E., M.Mktg., sebagai pembimbing akademik saya sejak tahun 2017
- 5) Bapak Hendra Achmadi, S.Kom, M.M., selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, hikmat, ilmu, ide, kesabaran dan bimbingan dalam menyelesaikan tugas akhir ini
- 6) Seluruh dosen dan *staff* di *Business School* UPH yang telah mengajar dan membantu saya selama 3,5 tahun terakhir baik secara akademis maupun non-akademis
- 7) Ayah dan Ibu yang telah memberikan dukungan penuh, kasih sayang tanpa pamrih, nasehat dan doa sepanjang awal sampai dengan penyelesaian tugas akhir
- 8) Kakak – kakak saya atas cinta dan dukungannya
- 9) Sahabatku Bellinda Laycaria yang mendampingi dalam penyelesaian tugas akhir
- 10) Keluarga besar dan teman-teman yang memberi dukungan dan semangat pada saya
- 11) Semua teman-teman kelas Manajemen 2017 regular, internasional dan RMIT yang bersama-sama memperjuangkan mimpi yang sama
- 12) Seluruh responden penelitian dalam penelitian ini atas waktu dan kejujurannya dalam mengisi kuesioner

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kesalahan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang diberikan kepada penulis dapat membantu dalam membuat penelitian selanjutnya menjadi lebih baik. Penulis berharap tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan bermanfaat bagi semua yang membacanya.

Jakarta, 25 November 2020

Penulis



DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	

2.1. Kualitas Layanan.....	13
2.2. Kepuasan Konsumen.....	15
2.3. Citra Perusahaan.....	18
2.4. Loyalitas Konsumen.....	21
2.5. Penelitian Terdahulu	22
2.6. Hubungan Antar Variabel.....	26
2.6.1. Kualitas Layanan dan Loyalitas Konsumen.....	26
2.6.2. Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.....	27
2.6.3. Citra Perusahaan dan Loyalitas Konsumen.....	30
2.6.4. Kualitas Layanan Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen.....	32
2.6.5. Kualitas Layanan Dimediasi Oleh Citra Perusahaan.....	34
2.7. Model Penelitian.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	37
3.2. Unit Analisis.....	37
3.3. Tipe Penelitian	38
3.4. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	39
3.4.1. Kualitas Layanan.....	50
3.4.2. Kepuasan Konsumen.....	50
3.4.3. Citra Perusahaan.....	51
3.4.4. Loyalitas Konsumen.....	51

3.5. Populasi dan Sampel	51
3.5.1. Populasi.....	51
3.5.2. Penentuan Jumlah Sampel.....	52
3.5.3. Metode Penarikan Sampel.....	53
3.6. Metode Pengumpulan Data	54
3.7. Metode Analisis Data.....	56
3.8. Pengujian Instrumen Penelitian.....	57
3.8.1. Uji Validitas.....	57
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	59
3.8.3. <i>Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM)</i>	59
3.9. Model Evaluasi.....	59
3.9.1. Evaluasi <i>Outer Model</i>	60
3.9.2. Kriteria Uji Validitas.....	60
3.9.3. Kriteria Uji Realibilitas	61
3.9.4 Evaluasi <i>Inner Model</i>	62
3.10. Hasil Uji Instrumen Pendahuluan Dalam <i>Pre-test</i>	62
3.10.1. Model Penelitian Dalam <i>Pre-test</i>	63
3.10.2. Pengujian Validitas Dalam <i>Pre-test</i>	63
3.10.3. Pengujian Reliabilitas Dalam <i>Pre-test</i>	76
3.10.4. R^2 Test Dalam <i>Pre-test</i>	77

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden.....	79
----------------------------	----

4.2. Jenis Kelamin	79
4.3. Usia	80
4.4. Pendapatan/Bulan.....	81
4.5. Domisili.....	82
4.6. Tes Aktual (<i>Post-test</i>)	83
4.7. Statistik Deskriptif	83
4.8. Statistik Inferensial.....	84
4.9. Evaluasi <i>Outer Model</i>	89
4.9.1. Uji Validitas Konvergen.....	89
4.9.2. Uji Validitas Diskriminan.....	102
4.9.3. Uji Reliabilitas.....	109
4.10. Evaluasi <i>Inner Model</i>	110
4.10.1. R ² Test.....	112
4.10.2. T-Statistics Test.....	113
4.11. Pembahasan.....	114
4.11.1. Hipotesis 1: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen.....	114
4.11.2. Hipotesis 2: Kepuasan Konsumen Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Konsumen.....	115
4.11.3. Hipotesis 3: Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen.....	116

4.11.4. Hipotesis 4: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen.....	117
4.11.5. Hipotesis 5: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Citra Perusahaan.....	118

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	120
5.2. Implikasi Manajerial	120
5.3. Batasan Riset.....	123
5.4. Rekomendasi	123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN A: KUESIONER

LAMPIRAN B: SMARTPLS 3.3.2

LAMPIRAN C: HASIL KUESIONER

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga.....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	36
Gambar 3.1 Model Struktural Berdasarkan Smart PLS Dalam Pre-test (Sebelum)	63
Gambar 3.2 Model Struktural Berdasarkan Smart PLS Dalam Pre-test (Setelah)	74
Gambar 4.1 Model Struktural Berdasarkan Smart PLS Dalam Tes Aktual (Post- test) (Sebelum)	90
Gambar 4.2 Model Struktural Berdasarkan Smart PLS Dalam Tes Aktual (Post- test) (Setelah)	107
Gambar 4.3 Bootstrapping Berdasarkan Smart PLS Dalam Tes Aktual (Post-test) (Sebelum)	111
Gambar 4.4 Bootstrapping Berdasarkan Smart PLS Dalam Tes Aktual (Post-test) (Setelah)	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Kategori Retail 2017, 2018, 2019, dan 2020	4
Tabel 1.2 Millenial's Top Brand Award 2020	5
Tabel 2.1 Rangkuman Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....	23
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	39
Tabel 3.2 5 Poin Skala Likert.....	54
Tabel 3.3 Rule of Thumb Uji Validitas.....	61
Tabel 3.4 Rule of Thumb Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 3.5 Loading Factor Berdasarkan Smart PLS Dalam Pre-test (Sebelum)	64
Tabel 3.6 Average Variance Extracted (AVE) Berdasarkan Smart PLS Dalam Pre-test (Sebelum).....	72
Tabel 3.7 Fornell-Larcker criterion (FLc) Dalam Pre-test (Sebelum)	72
Tabel 3.8 Loading Factor Berdasarkan Smart PLS Dalam Pre-test (Setelah)	74
Tabel 3.9 Average Variance Extracted (AVE) Berdasarkan Smart PLS Dalam Pre-test (Setelah).....	75
Tabel 3.10 Fornell-Larcker criterion (FLc) Dalam Pre-test (Setelah)	75
Tabel 3.11 Uji Reliabilitas Dalam Pre-test	76
Tabel 3.12 R ² Test Berdasarkan Smart PLS Dalam Pre-test.....	74

Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	79
Tabel 4.2 Data Usia Responden.....	80
Tabel 4.3 Pendapatan/Bulan Responden.....	81
Tabel 4.4 Domisili Responden.....	82
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	84
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	86
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Citra Perusahaan.....	87
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen.....	88
Tabel 4.9 Loading Factor Dalam Tes Aktual (Post-test) (Sebelum).....	90
Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE) Berdasarkan Smart PLS Dalam Tes Aktual (Post-test) (Sebelum).....	101
Tabel 4.11 Cross Loading Berdasarkan Smart PLS Dalam Tes Aktual (Post-test) (Sebelum).....	102
Tabel 4.12 Cross Loading Berdasarkan Smart PLS Dalam Tes Aktual (Post-test) (Setelah).....	104
Tabel 4.13 Fornell-Larcker criterion (FLc) Dalam Tes Aktual (Post-test) (Sebelum).....	105
Tabel 4.14 Loading Factor Dalam Tes Aktual (Post-test) (Setelah).....	107
Tabel 4.15 Average Variance Extracted (AVE) Berdasarkan Smart PLS Dalam Tes Aktual (Post-test) (Setelah).....	108
Tabel 4.16 Fornell-Larcker criterion (FLc) Dalam Tes Aktual (Post-test) (Setelah).....	108

Tabel 4.17 Uji Reliabilitas Dalam Tes Aktual (Post-test).....	109
Tabel 4.18 R ² Test Berdasarkan Smart PLS Dalam Tes Aktual (Post-test)	112
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis	113
Tabel 4.20 Indirect Specific Effect.....	113

