

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

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

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA, selaku *Associate Dean* dan dosen penguji kedua yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dan turut membantu saya dalam memberi masukan.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA, selaku ketua program studi, dan dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini dan telah membantu

banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

3. Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan perhatian yang begitu besar, tenaga, kasih sayang serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
4. Bapak William Santoso S.E., M.AK, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M., selaku pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya.
6. Keluarga saya Papa Jos, Mama Ika, Alm. Ko Audry, dan Titi Bene yang senantiasa mendoakan setiap hari, memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Pacar saya, Yehezkiel Damaris yang selalu menemani setiap hari, tiada henti memberikan semangat dan mendoakan saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman terbaik saya Gabriel Nathania, Zebdi Farel, Moudy Renata, Ni Made Nova, Michelle Valencia, Imelda Laurenzia, Edwin Christian, Victor Abraham, Yessica Chandra, Laurenzia Sheren dan Jessica Maximillian serta grup Pengangguran Banyak Acara yang sudah

membantu banyak hal dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.

Tanpa mereka saya hanya remahan crackers.

9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi 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, 14 September 2020

Alicia Sandra Saskia Putri

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah .....	13
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian .....	15
1.5 Manfaat Penelitian .....	16
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Landasan Teori .....	19
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	19
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	20
2.1.3 <i>Entertainment</i> .....	22
2.1.4 <i>Exploration</i> .....	23
2.1.5 <i>Gratification</i> .....	25
2.1.6 <i>Social</i> .....	27
2.1.7 <i>Status</i> .....	28
2.1.8 <i>Idea</i> .....	30
2.1.9 <i>Price Promotion</i> .....	31
2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	34

2.3.1 Pengaruh <i>Entertainment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	34
2.3.2 Pengaruh <i>Exploration</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	35
2.3.3 Pengaruh <i>Gratification</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	35
2.3.4 Pengaruh <i>Social</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	36
2.3.5 Pengaruh <i>Status</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	37
2.3.6 Pengaruh <i>Idea</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	37
2.3.7 Pengaruh <i>Price Promotion</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	38
2.3.8 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	38
2.4 Model Penelitian .....	40
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	43
3.2 Populasi dan Sampel .....	44
3.2.1 Populasi .....	44
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	46
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	48
3.4.1 Definisi Operasional .....	48
3.4.2 Pengukuran Variabel.....	51
3.5 Metode Analisis Data.....	52
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum H&M.....	63
4.2 Analisis Data.....	64
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	64
4.2.1.1 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	67
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	69
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Entertainment</i> .....	70

4.2.1.4 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Exploration</i> .....	73
4.2.1.5 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Gratification</i> .....	75
4.2.1.6 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social</i>	77
4.2.1.7 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Status</i>	79
4.2.1.8 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Idea</i>	81
4.2.1.9 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price Promotion</i> .....	83
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	84
4.2.2.1 Uji Validitas.....	84
4.2.2.2 Uji Reliabilitas .....	86
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas .....	86
4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik Regresi Heterokedastisitas .....	88
4.2.2.5 Uji Asumsi Klasik Regresi Linearitas.....	90
4.2.2.6 Uji Asumsi Klasik Regresi Multikolinearitas.....	90
4.2.3 Analisis Regresi.....	91
4.2.3.1 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Entertainment, Exploration, Gratification, Social, Status, Idea, Price Promotion</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	91
4.2.3.2 Analisis Regresi Sederhana Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	95
4.3 Pengujian Hipotesis.....	97
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1 ( $H_1$ ).....	97
4.3.2 Pengujian Hipotesis 2 ( $H_2$ ).....	98
4.3.3 Pengujian Hipotesis 3 ( $H_3$ ).....	99
4.3.4 Pengujian Hipotesis 4 ( $H_4$ ).....	99
4.3.5 Pengujian Hipotesis 5 ( $H_5$ ).....	100
4.3.6 Pengujian Hipotesis 6 ( $H_6$ ).....	101

4.3.7 Pengujian Hipotesis 7 (H <sub>7</sub> ) .....	102
4.3.8 Pengujian Hipotesis 8 (H <sub>8</sub> ) .....	102
4.4 Pembahasan .....	103
<b>BAB V KESIMPULAN</b>	
5.1 Simpulan.....	129
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis .....	129
5.1.1.1 Pengaruh <i>Entertainment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	129
5.1.1.2 Pengaruh <i>Exploration</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	130
5.1.1.3 Pengaruh <i>Gratification</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	131
5.1.1.4 Pengaruh <i>Social</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	132
5.1.1.5 Pengaruh <i>Status</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	134
5.1.1.6 Pengaruh <i>Idea</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	135
5.1.1.7 Pengaruh <i>Price Promotion</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	136
5.1.1.8 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	136
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	137
5.2 Implikasi.....	138
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	138
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	139
5.3 Rekomendasi .....	145

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo H&M.....	5
Gambar 1.2 Toko Pertama H&M .....	5
Gambar 1.3 Gerai H&M di Pakuwon Mall dan Tunjungan Plaza 6.....	7
Gambar 1.4 Survei Kepuasan Pelanggan H&M di Surabaya.....	8
Gambar 1.5 Ulasan Fashion Blogger tentang Kamar Ganti H&M.....	9
Gambar 1.6 Produk-produk di H&M.....	9
Gambar 1.7 Galaxy Mall 3 dan Pakuwon Mall Surabaya.....	10
Gambar 1.8 Kategori produk H&M.....	11
Gambar 1.9 Pengunjung H&M.....	11
Gambar 1.10 H&M Colletion 2019 .....	12
Gambar 1.11 Special Sale dari H&M .....	13
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	40
Gambar 4. 1 Logo H&M.....	64
Gambar 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	65
Gambar 4. 3 Karakteristik Usia Responden .....	65
Gambar 4. 4 ScatterPlot Uji Normalitas ENT,EXP,GRA,SOC,STA,IDE,PP*CS	87
Gambar 4. 5 ScatterPlot Uji Normalitas CS*CL.....	87
Gambar 4. 6 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas ENT,EXP,GRA,SOC,STA,IDE,PP*CS.....	89
Gambar 4. 7 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas CS*CL.....	89
Gambar 4. 8 Ulasan Fashion Blogger tentang Kamar Ganti H&M.....	107
Gambar 4. 9 Model Baju Koleksi H&M dan Zara .....	108
Gambar 4. 10 Contoh Design Store H&M.....	114

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan H&M, Uniqlo dan Zara .....	4
Tabel 3.1 Likert Scale Point .....	48
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.3 Rules of Thumb Koefisien Korelasi.....	60
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	65
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	65
Tabel 4. 3 Deskripsi Mean Rating Index .....	66
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel Customer Loyalty .....	67
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	69
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel Entertainment.....	71
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel Exploration .....	73
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel Gratification.....	75
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel Social ..	77
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel Status	79
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel Idea ..	81
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel Price Promotion .....	83
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	85
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	86
Tabel 4. 15 Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas .....	86
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	88
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linearitas.....	90
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas .....	91

Tabel 4. 19 Regresi Berganda Pengaruh Entertainment (ENT), Exploration (EXP), Gratification (GRA), Social (SOC), Status (STA), Idea (IDE), dan Price Promotion (PP) terhadap Customer Satisfaction (CS).....	91
Tabel 4. 20 Regresi Sederhana Pengaruh Customer Satisfaction (CS) terhadap Customer Loyalty (CL) .....	95
Tabel 4. 21 Rangkuman Hasil Hipotesis.....	97
Tabel 4. 22 Indikator yang membentuk Entertainment .....	113
Tabel 4. 23 Indikator yang membentuk Exploration .....	123
Tabel 4. 24 Indikator yang membentuk Gratification.....	118
Tabel 4. 25 Indikator yang membentuk Social.....	120
Tabel 4. 26 Indikator yang membentuk Status.....	122
Tabel 4. 27 Indikator yang membentuk Idea.....	116
Tabel 4. 28 Indikator yang membentuk Price Promotion .....	112
Tabel 4. 29 Indikator yang membentuk Customer Satisfaction .....	124
Tabel 4. 30 Indikator yang membentuk Customer Loyalty .....	126
Tabel 5. 1 Implikasi Teori.....	138
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial.....	144

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A .....	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1
LAMPIRAN C .....	C-1
LAMPIRAN D .....	D-1

