

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Yesus Kristus yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan guna menejar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen 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,CISMA,CDM,PMA sebagai *executive director* di Universitas Pelita Harapan Surabaya, serta sebagai pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E.,M.M,RFP-I,CISMA selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga serta memberikan dorongan yang begitu tinggi dan besar kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Hananiel M. Gunawan, BA, MBA selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan membimbing serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Yanuar Dananjaya, B.SC, MM. selaku dosen penguji pertama yang memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Papa saya Andreas Salim, mama saya Luluk Maryani, cece saya Yenny Veronica Salim, koko saya Lucky Leonardo Salim, adik saya Jonathan Christopher Salim serta seluruh keluarga besar yang senantiasa mendoakan, memberi dukungan, motivasi,

memberikan kata-kata penguatan dan memberikan kesabaran selama awal perkuliahan hingga penyelesaian penelitian ini.

7. Teman-teman seperjuangan lainnya Kevin, Vincent, James, Calvin, Fiona, Maria, Kyko, Moncus dan Sevira yang telah senantiasa memberikan support dan menemani masa- masa bimbingan hingga penelitian dapat terselesaikan.
8. Kakak Kelas Ko Patrick, Ce Janice, Ce Felicia juliet, Kezia, Onny, Fanny yang telah membantu, serta mendengar keluhan dan memberi semangat agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
9. Anggota CG micin kak kris, yoel, richard, evan, jetaam, ko awe, veren, nick, biji, chelle, jordan, ce cindol, ce tania yang telah mendengarkan omelan saya dan memberi support senantiasa dan menemani saya pada masa-masa bimbingan hingga penelitian ini dapat terselesaikan.
10. 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 penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 17 April 2020

Vennysia Angelina Salim

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	1
IDENTITAS TIM PENGUJI.....	ii
PERSYARATAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang Masalah	15
1.2 Batasan Penelitian.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Pengorganisasian Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1.1 Loyalty.....	15
2.1.2 <i>Satisfaction</i>	16
2.1.3 <i>Merchandise layout and assortment</i>	22
2.1.5 <i>Service</i>	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.3.2 Hubungan Antara Service Terhadap Satisfaction.....	32
2.3.3 Hubungan antara Merchandise Layout dan Assortment terhadap Satisfaction dan Loyalty	33
2.4 Model Penelitian.....	35
BAB III.....	38
METODELOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	38
3.1.1 Jenis Penelitian	38
3.1.2 Jenis Data.....	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel	40
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.5 Metode Analisis Data	48
3.5.2 Pengujian Hipotesis	49
3.5.2.1 Uji Validitas.....	49
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	50
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	51
3.5.2.4 Analisis Linier Regresi Sederhana (Simple Regression)	54
3.5.2.5 Analisis Linier Regresi Berganda	54
3.5.2.6 Koefisien Korelasi (R).....	55
3.5.2.7 Koefisien Determinasi (R ²)	56
3.5.2.8 Uji F.....	57
3.5.2.9 Uji T.....	57
BAB IV.....	58
4.2. Analisis Data.....	59
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	61

4.2.1.4.1.	Variabel Environment	62
4.2.1.4.2.	Service	63
4.2.1.4.3.	<i>Merchandise Layout & Assortment</i>	64
4.2.1.4.4.	<i>Satisfaction</i>	65
4.2.1.4.5.	<i>Loyalty</i>	66
4.2.2.	Analisis Deskriptif Variabel	67
	<i>Environment</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.2.	Penjelasan Responden Terhadap Variabel <i>Service</i>	69
4.2.2.4.	Penjelasan Responden Terhadap Variabel <i>Loyalty</i>	75
4.2.3.	Uji Validitas.....	75
4.2.4.	Uji Reliabilitas.....	77
4.2.5.	Uji Asumsi Klasik	78
4.2.5.2.	Uji Multikolinieritas	80
4.2.6	Uji Heterokedastisitas	80
4.3.	Metode Analisis Statistik.....	82
4.3.1	Analisis Regresi.....	82
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda MLA, SF Terhadap LO	84
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi	85
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi Berganda EV, SV, MLA Terhadap SF ..	85
4.3.3	Analisis Koefisien Korelasi Berganda MLA, SF Terhadap LO	85
4.3.4	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	85
4.3.4.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2) Berganda MLA, SF Terhadap LO	87
4.4	Metode Pengujian Hipotesis.....	87
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	88
4.5	Pembahasan	90
BAB V.....		108
5.1	KESIMPULAN	108
5.1.1.1	Pengaruh environment terhadap customer satisfaction.....	109
5.1.1.2	Pengaruh service terhadap customer satisfaction.	109
5.1.1.3	pengaruh merchandise layout and assortment terhadap customer satisfaction.....	110
5.1.1.4	Pengaruh Merchandise layout and assortment Satisfaction terhadap Customer Loyalty	112
5.1.1.5	Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	113
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian	113
5.2	Implikasi	114
5.2.2	Implikasi Manajerial.....	116
5.2.2.1	environment.....	116
5.2.2.2	service.....	116
5.2.2.3	merchandise layout and assortment.....	117
5.2.2.4	customer satisfaction	118
5.2.2.5	customer loyalty.....	118
5.3	Rekomendasi	122
LAMPIRAN A		A1
LAMPIRAN B		B1
LAMPIRAN C		C1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo H&M	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Ekonomi Kota Surabaya	4
Gambar 1.3 Koleksi H&M x Billie Eilish.	5
Gambar 1.4 H&M MAN	5
Gambar 1.5 H&M WOMAN	6
Gambar 4.1 Logo H&M	
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	44
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas Customer Satisfaction	65
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas Customer Loyalty	66
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Loyalty	67
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Satisfaction	68
Gambar 4.8 Hasil Penelitian	76



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pesaing merk H&M	3
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner	34
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	46
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap environment	46
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap service	47
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap merchandise layout	48
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap customer satisfaction	49
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap customer loyalty	50
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel environmet	53
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel service	55
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel merchandise layout	56
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel customer satisfaction	57
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel customer loyalty	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel customer loyalty	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Satisfaction	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel merchandise layout	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel service	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel environment	63
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.20 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	65
Tabel 4.21 Nilai Tolerance dan VIF	66
Tabel 4.22 Spearman Test Correlation	68
Tabel 4.23 Hasil Uji Linearitas	69
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Berganda (EV,SV,MLA*SF)	69
Tabel 4.25 Hasil Uji Regresi Berganda (MLA,SF*LO)	70
Tabel 4.26 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R ²)	73
Tabel 4.27 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R ²)	73
Tabel 4.28 Hasil Uji F	73
Tabel 4.29 Hasil Uji t	74
Tabel 4.30 Indikator Variabel Enviroment	83
Tabel 4.31 Indikator Variabel Service	85
Tabel 4.32 Indikator Variabel Merchandise layout and assortment	88
Tabel 4.33 Indikator Variabel Customer satisfaction	89
Tabel 4.34 Indikator Variabel Customer loyalty	91
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	102
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	106

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER

LAMPIRAN B TABULASI DATA KUESIONER

LAMPIRAN C HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF

