

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *EMOTIONAL VALUE, MONETARY VALUE, SOCIAL VALUE, COLLECTIVISM, DAN INDIVIDUALISM* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN YAMAGOYA RAMEN DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

NAMA : FERNANDO BENAWAN

NPM : 01120150075



**PROGRAM STUDI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA
2018**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul : ANALISIS PENGARUH *EMOTIONAL VALUE*,
MONETARY VALUE, *SOCIAL VALUE*, *COLLECTIVISM*, DAN
INDIVIDUALISM TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
PADA KONSUMEN YAMAGOYA RAMEN DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Fernando Benawan
NPM : 01120150075
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Entrepreneur

TIM PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Dr. Ronald S.T., M.M.
Pembimbing 2 : Amelia S.E., RFP-I., M.M.

TIM PENGUJI

Ketua Tim Penguji : Dr. Ronald S.T., M.M.
Sekretaris : Wiliam Santoso S.E, M. AK.
Anggota : Dr. Yolanda Soedibyo S.T., M.M.



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Fernando Benawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120150075

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul
“ANALISIS PENGARUH *EMOTIONAL VALUE, MONETARY VALUE, SOCIAL VALUE, COLLECTIVISM, DAN INDIVIDUALISM* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN YAMAGOYA RAMEN DI SURABAYA”

adalah:

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapat gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 3 Agustus 2018
Yang membuat pernyataan



(Fernando Benawan)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH *EMOTIONAL VALUE, MONETARY VALUE, SOCIAL VALUE, COLLECTIVISM, DAN INDIVIDUALISM* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN YAMAGOYA RAMEN
DI SURABAYA**

Oleh:

Nama : Fernando Benawan
NPM : 01120150075
Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya

Surabaya, 3 Agustus 2018

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Dr. Ronald S.T., M.M.

Co- Pembimbing Supervisor

Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.

Executive Director

Dr. Ronald S.T., M.M.



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**




LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada (hari dan tanggal sidang) telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama:

Nama : Fernando Benawan
NPM : 01120150075
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH *EMOTIONAL VALUE, MONETARY VALUE, SOCIAL VALUE, COLLECTIVISM, DAN INDIVIDUALISM* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN YAMAGOYA RAMEN DI SURABAYA**

” oleh tim penguji yang terdiri dari:

| Dewan Penguji | Status | Tanda tangan |
|----------------------------------|--------------------------------------|---|
| Dr. Ronald S.T., M.M.. | sebagai Ketua Penguji, Pembimbing |  |
| Wiliam Santoso, S.E, M. Ak. | sebagai Penguji |  |
| Dr. Yolanda Soedibyو S.T., M.M.. | sebagai Penguji |  |

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik ini 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 terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., 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.
2. Ibu Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya, serta selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Wiliam Santoso, S.E, M.Ak. selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Ibu Dr. Yolanda Soedibyo ST., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan, saran, perhatian yang penuh.

5. Keluarga saya, Papa Fery Benawan, Mama Iriyanti Moka, Kou Renny Benawan, Cici Merlyn Benawan, Cici Merdith Benawan, Koko Febryanto Benawan, Koko Yudi Pho, Koko Ingko Benawan, Ma Bo Fa, Ayah Panduko, Keluarga Benawan, Keluarga Moka, dan Cici Aurelia Indah Molle yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat, dukungan dan perhatian yang sangat lebih dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Teman-teman saya, Pachinko, Ance Budo, Tobelo Squad, dan Ksatria Basket Swk yang sudah banyak membantu memberikan semangat dan doa dalam penyelesaian penelitian ini.
7. 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 Yesus Kristus 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, 3 Agustus 2018

Fernando Benawan

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING | iv |
| LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR | iv |
| HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Batasan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis | 8 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis | 9 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 11 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1 <i>Perceived Value</i> | 11 |
| 2.1.2 <i>Emotional Value</i> | 12 |
| 2.1.3 <i>Monetary Value</i> | 13 |
| 2.1.4 <i>Social Value</i> | 14 |
| 2.1.5 <i>Collectivism</i> | 15 |
| 2.1.6 <i>Individualism</i> | 16 |

| | |
|--|----|
| 2.1.7 <i>Repurchase Intention</i> | 18 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 19 |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis | 21 |
| 2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> | 21 |
| 2.3.2 Pengaruh <i>Collectivism</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> | 23 |
| 2.3.3 Pengaruh <i>Individualism</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> | 23 |
| 2.4 Model Penelitian | 24 |
| 2.5 Bagan Alur Berpikir | 25 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 26 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 26 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 26 |
| 3.2.1 Populasi | 26 |
| 3.2.2 Sampel..... | 27 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data | 28 |
| 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 30 |
| 3.5 Metode Analisis Data | 32 |
| 3.5.1 Uji Reliabilitas | 40 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | 42 |
| 4.1 Gambaran Umum Yamagoya Ramen | 42 |
| 4.2 Analisis Data | 43 |
| 4.2.1 Statistik Deskriptif | 43 |
| 4.2.1.1 Karakteristik Responden | 43 |
| 4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia..... | 44 |
| 4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |
| 4.2.1.4 Tanggapan Responden | 45 |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel..... | 52 |
| 4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Emotional/quality Value</i> | 52 |
| 4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Monetary Value</i> | 54 |
| 4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Social Value</i> | 55 |
| 4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Collectivism</i> | 56 |
| 4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Individualism</i> | 57 |
| 4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Repurchase Intention</i> | 59 |

| | |
|---|----|
| 4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data | 60 |
| 4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data..... | 61 |
| 4.2.3.2 Evaluasi <i>Outliers</i> | 62 |
| 4.2.3.2.1 <i>Univariate Outliers</i> | 62 |
| 4.2.3.2.2 <i>Multivariate Outliers</i> | 63 |
| 4.2.3.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> | 65 |
| 4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>) | 65 |
| 4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen..... | 65 |
| 4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen | 67 |
| 4.2.3.5 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i> | 68 |
| 4.2.3.6 Uji <i>Reliability</i> | 71 |
| 4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis | 72 |
| 4.2.4.1 Pengujian Hipotesis 1 (H_1)..... | 72 |
| 4.2.4.2 Pengujian Hipotesis 2 (H_2)..... | 73 |
| 4.2.4.3 Pengujian Hipotesis 3 (H_3)..... | 73 |
| 4.2.4.4 Pengujian Hipotesis 4 (H_4)..... | 74 |
| 4.2.4.5 Pengujian Hipotesis 5 (H_5)..... | 74 |
| 4.3 Pembahasan..... | 75 |
| BAB V KESIMPULAN | 82 |
| 5.1 Simpulan | 82 |
| 5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis | 82 |
| 5.1.1.1 Pengaruh <i>Emotional/quality Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .. | 82 |
| 5.1.1.2 Pengaruh <i>Monetary Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> | 83 |
| 5.1.1.3 Pengaruh <i>Social Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> | 83 |
| 5.1.1.4 Pengaruh <i>Collectivism</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> | 84 |
| 5.1.1.5 Pengaruh <i>Individualism</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> | 85 |
| 5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian | 85 |
| 5.2 Implikasi..... | 86 |
| 5.2.1 Implikasi Teoritis | 86 |
| 5.2.2 Implikasi Manajerial | 89 |
| 5.3 Rekomendasi | 91 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 92 |
|-----------------------------|-----------|

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Yamagoya Ramen di Tunjungan Plaza Surabaya | 3 |
| Gambar 1.2 Yamagoya Ramen di Tunjungan Plaza Surabaya | 3 |
| Gambar 1.3 Pintu Masuk Yamagoya Ramen di Tunjungan Plaza Surabaya..... | 4 |
| Gambar 2.4 Model Penelitian | 24 |
| Gambar 2.5 Bagan Alur Berpikir | 25 |
| Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis | 35 |
| Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia..... | 44 |
| Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 45 |
| Gambar 4.3 Confirmatory Analysis <i>Emotional/quality Value, Monetary Value, Social Value, Collectivism, dan Individualism</i> | 65 |
| Gambar 4.4 Confirmatory Analysis <i>Repurchase Intention</i> | 67 |
| Gambar 4.5 <i>Full Structural Equation Model</i> | 69 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner | 29 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel..... | 31 |
| Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk..... | 34 |
| Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk | 35 |
| Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen | 36 |
| Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>)..... | 40 |
| 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 <i>Emotional/quality Value</i> | 46 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Monetary Value</i> | 47 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Social Value</i> | 49 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Collectivism</i> | 50 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Individualism</i> | 51 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Repurchase Intention</i> | 52 |
| Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Emotional/quality Value</i> | 53 |
| Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Monetary Value</i> | 54 |
| Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social Value</i> | 55 |
| Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Collectivism</i> | 56 |
| Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Individualism</i> | 58 |
| Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i> | 59 |
| Tabel 4.16 <i>Goodness of Fit Index</i> | 61 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Data..... | 62 |
| Tabel 4.18 Statistik Deskriptif <i>Z-score</i> | 63 |
| Tabel 4.19 <i>Mahalanobis Distance</i> | 64 |
| Tabel 4.20 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Emotional/quality Value, Monetary Value, Social Value, Collectivism, dan Individualism</i> | 66 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.21 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Emotional/quality Value, Monetary Value, Social Value, Collectivism, Individualism, dan Repurchase Intention</i> | 68 |
| Tabel 4.22 Index Pengujian Kelayakan | 69 |
| Tabel 4.23 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i> | 70 |
| Tabel 4.24 Uji <i>Reliability</i> | 71 |
| Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis | 72 |
| Tabel 4.26 Indikator Variabel <i>Emotional/quality Value</i> | 77 |
| Tabel 4.27 Indikator Variabel <i>Monetary Value</i> | 77 |
| Tabel 4.28 Indikator Variabel <i>Social Value</i> | 78 |
| Tabel 4.29 Indikator Variabel <i>Collectivism</i> | 79 |
| Tabel 4.30 Indikator Variabel <i>Individualism</i> | 80 |
| Tabel 4.31 Indikator Variabel <i>Repurchase Intention</i> | 81 |
| Tabel 5.1 Implikasi Teoritis | 86 |
| Tabel 5.2 Implikasi Manajerial | 89 |

DAFTAR LAMPIRAN

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