

TUGAS AKHIR

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM MEMBENTUK *REPURCHASE INTENTION* PELANGGAN ACE HARDWARE DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar sarjana
Manajemen Strata Satu

Oleh :

NAMA : JANICE CARYSA SIAHAYA
NPM : 00000027308



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

2019



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN

KAMPUS SURABAYA

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya,

Nama Mahasiswa : Janice Carysa Siahaya

Nomor Pokok Mahasiswa : 00000027308

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM MEMBENTUK *REPURCHASE INTENTION* PELANGGAN ACE HARDWARE 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, 16 September 2019
Yang membuat pernyataan



(Janice Carysa Siahaya)



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN KAMPUS SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM MEMBENTUK *REPURCHASE INTENTION* PELANGGAN ACE HARDWARE DI SURABAYA”

Oleh:

Nama : Janice Carysa Siahaya
NPM : 00000027308
Jurusan : Manajemen

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

Surabaya, 16 September 2019

Menyetujui:

Pembimbing Utama

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

Co-Pembimbing/Supervisor

Yanuar Dananjaya, BSC, M.M

Ketua Jurusan Manajemen

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

Executive Director

Dr. Ronald S.T., M.M



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul :ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION*
DALAM MEMBENTUK *REPURCHASE INTENTION*
PELANGGAN ACE HARDWARE DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Janice Carysa Siahaya
NPM : 00000027308
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Kewirausahaan

TIM PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Dr. Amelia S.E, RFP-I, M.M
Pembimbing 2 : Yanuar Dananjaya, B.SC, M.M.

TIM PENGUJI

Ketua Tim Penguji : Dr. Amelia S.E, RFP-I, M.M
Sekretaris : William Santoso S.E., M.Ak.
Anggota : Hananiel M. Gunawan, BA, MBA



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada Senin, 2 September 2019 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya atas nama:

Nama : Janice Carysa Siahaya
NPM : 00000027308
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM MEMBENTUK *REPURCHASE INTENTION* PELANGGAN ACE HARDWARE DI SURABAYA”** oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji	Status	Tanda tangan
Dr. Amelia S.E, RFP-I, M.M	sebagai Ketua/Pembimbing	
William Santoso S.E., M.Ak.	sebagai Penguji	
Hananiel M. Gunawan, BA, MBA	sebagai Penguji	

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 terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M. 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., RFP-I., M.M. 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 Yanuar Dananjaya, B.SC, MM., selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan membimbing serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak William Santoso S.E., M.Ak. selaku dosen penguji pertama yang memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak Hananiel M. Gunawan, BA, MBA selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

6. Ayah saya Fredrik Siahaya, ibu saya Sandy Pattinasarany, adik saya Valentino Siahaya 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. Alsa Yesaya yang senantiasa sabar, mendukung, memberikan semangat, menemani proses bimbingan dan terus mendoakan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman seperjuangan lainnya Debora Valonsa, Willia Sihotang, Olivia Daven, Seisy Palit, dan Natasha Ngantung yang telah senantiasa memberikan support dan menemani masa-masa bimbingan hingga penelitian dapat terselesaikan.
9. Sahabat-sahabat “Peanut” yang jauh di Manado Daivana Pinori, Inri Sambuari, Keysia Tumiwa, Josua Lumintang, dan Gabriel Sirait yang telah memberikan semangat, dorongan dan doa dalam penyelesaian penelitian ini.
10. Teman-teman KGC Ambassador khususnya Ko Anthony, Ce Yesi, Ka Eben, Ce Yepsa, Ce Cindy, dan Ka Uto yang selalu mendoakan, sabar mendengar keluhan dan memberi semangat agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
11. 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, 16 September 2019

Janice Carysa Siahaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
IDENTITAS TIM PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 Batasan Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Teoritis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 <i>Repurchase Intentions</i>	14
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.1.3 <i>In-shop Emotions</i>	17
2.1.4 <i>Presence Interaction Other Customers</i>	18
2.1.5 <i>Merchandise Variety</i>	19
2.1.6 <i>Interaction With Staff</i>	21
2.1.7 <i>Internal Shop Environment</i>	22
2.1.8 <i>Merchandise Value</i>	23
2.2 <i>Penelitian Terdahulu</i>	24
2.3 Pengembangan Hipotesis	25
2.3.1 Pengaruh <i>Merchandise Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25

2.3.2 Pengaruh <i>Internal Shop Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.3.3 Pengaruh <i>Interaction With Staff</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.3.4 Pengaruh <i>Merchandise Variety</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.3.5 Pengaruh <i>Presence Interaction Other Customer</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.3.6 Pengaruh <i>In-Shop Emotions</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.3.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	29
2.4 Model Penelitian	30
2.5 Bagan Alur Berpikir	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	33
3.1.1 Jenis Penelitian.....	33
3.1.2 Jenis Data.....	33
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel	34
3.3 Metode Pengumpulan Data	36
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.5 Metode Analisis Data	40
3.5.1 Pengolahan Data	40
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	40
3.5.2.1 Uji Validitas	40
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	41
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	41
3.5.2.4 Analisis Linier Regresi Sederhana (Simple Regression).....	44
3.5.2.5 Analisis Linier Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>).....	44
3.5.2.6 Koefisien Korelasi (R).....	45
3.5.2.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	46
3.5.2.8 Uji F.....	46
3.5.2.9 Uji T	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Ace Hardware.....	48
4.2 Analisis Data.....	49
4.2.1 Statistik Deskriptif	49
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	50

4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.1.4	Tanggapan Responden.....	51
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	60
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Repurchase Intention</i>	60
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	61
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap Variabel <i>In-shop Emotions</i>	62
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap Variabel <i>Presence Interaction Other Customers</i>	64
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap Variabel <i>Merchandise Variety</i>	65
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap Variabel <i>Interaction With Staff</i>	66
4.2.2.7	Penjelasan Responden terhadap Variabel <i>Internal Shop Environment</i>	67
4.2.2.8	Penjelasan Responden terhadap Variabel <i>Merchandise Value</i>	68
4.2.3	Uji Validitas	69
4.2.4	Uji Reliabilitas	71
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	71
4.2.5.1	Uji Normalitas	71
4.2.5.2	Uji Multikolinearitas	73
4.2.5.3	Uji Heterokedastisitas.....	74
4.2.5.4	Uji Linearitas	75
4.3	Metode Analisis Statistik.....	76
4.3.1	Analisis Regresi	76
4.3.1.1	Analisis Regresi Sederhana	76
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda.....	77
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi	79
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi Berganda	79
4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.4	Metode Pengujian Hipotesis.....	80
4.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	80
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	81
4.5	Pembahasan	85
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....		103
5.1	Simpulan.....	103
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	103
5.1.1.1	Pengaruh <i>Merchandise Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	103
5.1.1.2	Pengaruh <i>Internal Shop Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	104
5.1.1.3	Pengaruh <i>Interaction With Staff</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	105

5.1.1.4 Pengaruh <i>Merchandise Variety</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	106
5.1.1.5 Pengaruh Tidak Signifikan <i>Presence Interaction Other Customers</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	106
5.1.1.6 Pengaruh In-Shop Emotions terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	107
5.1.1.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	108
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	108
5.2 Implikasi	110
5.2.1 Implikasi Teoritis	110
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	111
5.3 Rekomendasi.....	116
DAFTAR PUSTAKA	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2011 – 2017 (%).....	1
Gambar 1. 2 Logo Ace Hardware.....	3
Gambar 1. 3 Ace Hardware Cabang Royal Plaza Surabaya	6
Gambar 1. 4 Ace Hardware Cabang Tunjungan Plaza 1 Surabaya	6
Gambar 1. 5 Ace Hardware Cabang BJ Junction	7
Gambar 1. 6 Ace Hardware Cabang Galaxy Mall Surabaya.....	7
Gambar 1. 7 Interaksi Pelanggan dan Staff Ace Hardware	8
Gambar 1. 8 Tampilan Depan Gerai Ace Hardware.....	9
Gambar 2. 1 : Model Penelitian.....	30
Gambar 4. 1 : Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4. 2 : Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 4. 3 : <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	72
Gambar 4. 4 : <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Repurchase Intention</i>	73
Gambar 4. 5 : <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Customer Satisfaction</i>	74
Gambar 4. 6 : <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Repurchase Intention</i>	75
Gambar 4. 7 : Hasil Penelitian.....	844

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tiga Retailer Modern di Indonesia.....	4
Tabel 3. 1 Desain Inti Kuisisioner.....	37
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 3. 3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi	46
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	52
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Repurchase Intention</i>	52
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	53
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>In-shop Emotions</i>	54
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap <i>Presence Interaction Other Customers</i>	55
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap <i>Merchandise Variety</i>	56
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap <i>Indikator Interaction With Staff</i>	57
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap <i>Internal Shop Environment</i>	58
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap <i>Merchandise Value</i>	59
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i>	60
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	61
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>In-shop Emotions</i> ..	62
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Presence</i> <i>Interaction Other Customers</i>	64
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Merchandise</i> <i>Variety</i>	65
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variable <i>Interaction With</i> <i>Staff</i>	66

Tabel 4. 18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variable <i>Internal Shop Environment</i>	67
Tabel 4. 19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Merchandise Value</i>	68
Tabel 4. 20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Merchandise Value</i>	69
Tabel 4. 21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Internal Shop Environment</i>	69
Tabel 4. 22 Hasil Uji Validitas <i>Merchandise Variety</i>	69
Tabel 4. 23 Hasil Uji Validitas <i>Merchandise Variety</i>	70
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas <i>Present Interaction Others Customer</i>	70
Tabel 4. 25 Hasil Uji Validitas <i>In-shop Emotions</i>	70
Tabel 4. 26 Hasil Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i>	70
Tabel 4. 27 Hasil Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i>	70
Tabel 4. 28 Uji Reliabilitas	71
Tabel 4. 29 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	72
Tabel 4. 30 Nilai Tolerance dan VIF	73
Tabel 4. 31 Spearman Test Correlation	75
Tabel 4. 32 Hasil Uji Linearitas.....	75
Tabel 4. 33 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS *RI)	76
Tabel 4. 34 Hasil Uji Regresi Berganda (MV,IS,IW,PI,IE*CS).....	77
Tabel 4. 35 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	80
Tabel 4. 36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R^2)	80
Tabel 4. 37 Hasil Uji F.....	80
Tabel 4. 38 Hasil Uji t.....	81
Tabel 4. 39 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Customer Satisfaction</i> .	90
Tabel 4. 40 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Interaction With Staff</i> ..	91
Tabel 4. 41 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Merchandise Value</i>	93
Tabel 4. 42 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Internal Shop Environment</i>	95
Tabel 4. 43 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>In-shop Emotions</i>	96
Tabel 4. 44 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Merchandise Variety</i> ...	98
Tabel 4. 45 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Present Interaction Others Customer</i>	99

Tabel 4. 46 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Repurchase Intention</i>	101
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	110
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial.....	114

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER.....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUISIONER	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1