

THESIS

**PENGARUH MONETARY SAVINGS, SELECTION, CONVENIENCE,
CUSTOMIZED PRODUK, ENTERTAINMENT, EXPLORATION, PLACE
ATTACHMENT, SOCIAL STATUS, UTILITARIAN VALUE, HEDONIC VALUE,
COSTUMER SATISFACTION DAN REPURCHASE INTENTION TERHADAP
SMARTPHONE IPHONE 8 DI SURABAYA.**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Magister Manajemen

Oleh:

**NAMA : JAMES LEONARDO PUTRA
NPM : 02619180020**



**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
2019**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Nama Mahasiswa : James Leonardo Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 02619180020

Program Studi : Magister Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul "**PENGARUH MONETARY SAVINGS, SELECTION, CONVENIENCE, CUSTOMIZED PRODUK, ENTERTAINMENT, EXPLORATION, PLACE ATTACHMENT, SOSIAL STATUS, UTILITARIAN VALUE, HEDONIC VALUE, COSTUMER SATISFACTION DAN REPURCHASE INTENTION TERHADAP SMARTPHONE IPHONE 8 DI SURABAYA.**"

adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera didalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan 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 diatas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 23 Januari 2020

yang membuat pernyataan ini





UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *Monetary Savings, Selection, Convenience, Customized Product, Entertainment, Exploration, Place Attachment, Sosial Status, Utilitarian Value, Hedonic Value, Customer Satisfaction, Repurchase Intention Terhadap Smartphone Iphone 8 Di Surabaya*

Smartphone Iphone 8 Di Surabaya

Oleh:

Nama	: James Leonardo Putra
NPM	: 02619180020
Jurusan	: Magister Manajemen

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

Surabaya, 10 Desember 2019

Menyetujui:

Pembimbing Utama

(Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M.)

Co- Pembimbing Supervisor

(Wiliam Santoso, SE.,M.Ak.)

Ketua Program Studi Magister

Executive Director

Manajemen



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

(Dr. Ronald S.T., M.M.)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN KAMPUS
SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada Selasa, 07 Januari 2020 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai gelar Strata Dua, Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya atas nama:

Nama	: James Leonardo Putra
NPM	: 02619180020
Program Studi	: Magister Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “*Monetary Saving, Selection, Convenience, Customized Product, Entertainment, Exploration, Attachment, Sosial Status, Utilitarian Value, Hedonic Value, Customer Satisfaction, Repurchase Intention Terhadap Smartphone Iphone 8 Di Surabaya*” oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji	Status	Tanda tangan
Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M.	sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	
Dr. Ronald S.T., M.M.	sebagai Penguji	
Dr. Amelia S.E.,RFP-I.,M.M.	sebagai Penguji	

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat dan kasihNya yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Dua Magister Manajemen di Universitas Pelita HarapanSurabaya.

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 hari penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhirini.

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

1. Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan perhatian, masukan, serta memberikan dorongan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Wiliam Santoso, S.E.,M.Ak.,Ph.d. selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitianini.
3. Dr. Ronald S.T., M.M selaku Wakil Rektor I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita HarapanSurabaya.
4. Dr. Amelia, S.E., RFP-1, M.M. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Pelita HarapanSurabaya.
5. Kepada pengguna Iphone 8 disurabaya yang bersedia menjadi responden dan memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian.
6. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan dan memberikan perhatian serta kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tepatwaktu.
7. Teman-teman mahasiswa Magister Management yang telah memberikan pengalaman kuliah yang luar biasa dan tidakterlupakan.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunanpenelitianini.Hanyadoayangdapatpenulispanjatkansemoga

Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalaq 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, 10 Desember 2019

James Leonardo Putra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN DAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFRTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat Teoriti.....	14
1.5.2 Manfaat Praktis.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Repurchase Intention.....	16
2.1.2 Customer Satisfaction.....	17

2.1.3 UtilitarianValue.....	18
2.1.4 Monetary Savings.....	19
2.1.5 Selection.....	21
2.1.6 Convenience.....	22
2.1.7 Customize Product.....	23
2.1.8 Hedonic Value.....	24
2.1.9 Entertainment.....	25
2.1.10 Exploration.....	26
2.1.11 Attachment.....	27
2.1.12 Social Status.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.3.1 Pengaruh MS terhadap UV.....	32
2.3.2 Pengaruh Selection terhadap UV	32
2.3.3 Pengaruh Convenience terhadap UV.....	33
2.3.4 Pengaruh CP terhadap UV.....	33
2.3.5 Pengaruh Entertainment terhadap Hedonic Value	34
2.3.6 Pengaruh Exploration terhadap Hedonic Value...	34
2.3.7 Pengaruh Attachment terhadap Hedonic Value...	35
2.3.8 Pengaruh Social Status terhadap Hedonic Value...	35
2.3.9 Pengaruh UV terhadap CS.....	36
2.3.10 Pengaruh Hedonic Value terhadap CS.....	37
2.3.11 Pengaruh CS terhadap RI.....	37
2.4 Model Penelitian.....	38
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	40

BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Variabel dan Definisi Operasional.....	42
3.3 Jenis Data, Sumber Data, serta Aras dan Skala.....	45
3.3.1 Jenis Data.....	45
3.3.2 Sumber Data.....	45
3.3.3 Aras dan Skala.....	45
3.4 Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.5.1 Sampel.....	46
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	46
3.6 Pengolahan Data dan Pengujian Hipotesis.....	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.4 Regresi Linear Berganda.....	49
3.6.5 Koefisien Kolerasi (r).....	50
3.6.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.6.7 Pengujian Hipotesis.....	51
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN....	52
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.2 Analisis Data.....	54
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	54
4.2.1.1 Analisis Statistik Deskripsi Variabel MS	56
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskripsi Variabel Selection..	57
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskripsi Variabel Convenience	58
4.2.1.4 Analisis Statistik Deskripsi Variabel CP.....	60

4.2.1.5 Analisis Statistik Deskripsi Variabel Entertainment	61
4.2.1.6 Analisis Statistik Deskripsi Variabel Exploration...	62
4.2.1.7 Analisis Statistik Deskripsi Variabel Attachment...	63
4.2.1.8 Analisis Statistik Deskripsi Variabel SS.....	65
4.2.1.9 Analisis Statistik Deskripsi Variabel UV.....	66
4.2.1.10 Analisis Statistik Deskripsi Variabel HV.....	67
4.2.1.11 Analisis Statistik Deskripsi Variabel CS.....	69
4.2.1.12 Analisis Statistik Deskripsi Variabel RI.....	70
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	71
4.2.2.1 Uji Validitas.....	71
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	72
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik Regrensi Normalitas.....	73
4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik Regrensi Heterokedastisitas..	76
4.2.2.5 Uji Asumsi Klasik Regrensi Linearitas.....	79
4.2.2.6 Uji Asumsi Klasik Regrensi Multikolinearitas..	79
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	80
4.2.3.1 Regresi Berganda MS, Selection, Convenience, CP terhadap UV.....	80
4.2.3.2 Regresi Berganda Entertainment , Exploration, Attachment dan SS Terhadap HV.....	82
4.2.3.3 Regresi Berganda UV Dan HV Terhadap CS.....	84
4.2.3.4 Regresi BergandaCS Terhadap RI.....	86
4.3 Pembahasan	87
4.3.1 Analisis Variabel.....	87
4.3.1.1 Monetary Saving	87
4.3.1.2 Selection.....	88

4.3.1.3 Convenience.....	88
4.3.1.4 Customized Product.....	89
4.3.1.5 Entertainment.....	91
4.3.1.6 Exploration.....	92
4.3.1.7 Attachment.....	93
4.3.1.8 Sosial Status.....	94
4.3.1.9 Utilitarian Value.....	95
4.3.1.10 Hedonic Value.....	96
4.3.1.11 Customer Satisfaction.....	97
4.3.1.12 Repurchase Intention.....	97
4.3.2 Analisis Hipotesis.....	98
4.3.2.1 pengaruh MS Terhadap UV.....	98
4.3.2.2 Pengaruh Selection Terhadap UV.....	99
4.3.2.3 Pengaruh Convenience Terhadap UV.....	99
4.3.2.4 Pengaruh CP Terhadap UV.....	100
4.3.2.5 Pengaruh Entertainment Terhadap HV.....	100
4.3.2.6 Pengaruh Exploration Terhadap HV.....	101
4.3.2.7 Pengaruh Attachment Terhadap HV.....	101
4.3.2.8 Pengaruh SS Terhadap HV.....	102
4.3.2.9 Pengaruh UV Terhadap CS.....	102
4.3.2.10 Pengaruh HV Terhadap CS.....	103
4.3.2.11 Pengaruh CS Terhadap RI.....	104

BAB V	PENUTUP.....	105
5.I	Simpulan.....	105
	5.I.1 Simpulan Hipotesis.....	105
	5.I.1.I Pengaruh MS Terhadap UV.....	105
	5.I.1.2 Pengaruh Selection Terhadap UV.....	105
	5.I.1.3 Pengaruh <i>Convenience</i> Terhadap UV...	106
	5.I.1.4 Pengaruh <i>Customized product</i> Terhadap UV	106
	5.I.1.5 Pengaruh <i>Entertainment</i> Terhadap HV....	106
	5.I.1.6 Pengaruh Exploration Terhadap HV...	106
	5.I.1.7 Pengaruh Attachment Terhadap HV....	107
	5.I.1.8 Pengaruh Sosial Status Terhadap HV...	107
	5.I.1.9 Pengaruh UV Terhadap CS.....	107
	5.I.1.10 Pengaruh HV Terhadap CS.....	108
	5.I.1.11 Pengaruh CS Terhadap RI.....	108
5.1.2	Simpulan atas Masalah Penelitian.....	108
5.2	Implikasi.....	109
	5.2.1 Implikasi Teoritis.....	109
	5.2.2 Implikasi Manajerial	110
5.3	Rekomendasi.....	113
	DAFTAR PUSTAKA.....	115

DAFTAR LAMPIRAN

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