

**PENGARUH *DISTANCE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, *PERCEIVED QUALITY*, *PERCEIVED PRICE*, *PERCEIVED SERVICE QUALITY*,  
*STORE ASSORTMENT* DAN *SOCIOECONOMICS* TERHADAP  
*STORE PATRONAGE* KONSUMEN GAP  
TUNJUNGAN PLAZA**



**OLEH :  
ERNI SISWANTO  
3103010252**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2014**

**PENGARUH *DISTANCE, CUSTOMER SATISFACTION, PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED PRICE, PERCEIVED SERVICE QUALITY, STORE ASSORTMENT* DAN *SOCIOECONOMICS* TERHADAP *STORE PATRONAGE* KONSUMEN GAP TUNJUNGAN PLAZA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan**

**Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

**Bidang Studi Manajemen**

**OLEH:**

**ERNI SISWANTO**

**3103010252**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2014**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *DISTANCE, CUSTOMER SATISFACTION, PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED PRICE, PERCEIVED SERVICE QUALITY, STORE ASSORTMENT* DAN *SOCIOECONOMICS* TERHADAP *STORE PATRONAGE* KONSUMEN GAP TUNJUNGAN PLAZA**

**OLEH**

**ERNI SISWANTO**

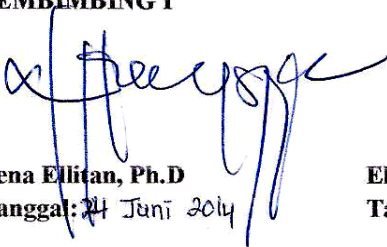
**3103010252**

**Telah disetujui dan diterima dengan baik untuk diajukan ke tim penguji**

**PEMBIMBING I**

**Lena Ellitan, Ph.D**

**Tanggal: 24 Juni 2014**



**PEMBIMBING II**

**Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si**

**Tanggal: 26 Juni 2014**



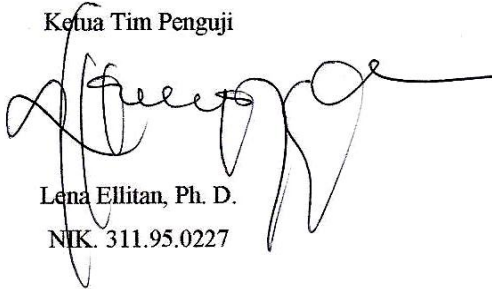
## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : ERNI SISWANTO

NRP : 3103010252

Telah diuji pada tanggal 23 Juli 2014 ..... dan dinyatakan lulus  
oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



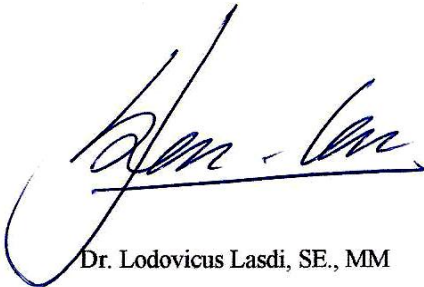
Lena Ellitan, Ph. D.

NIK. 311.95.0227

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM

NIK 321. 99. 0370



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK 311. 99. 0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erni Siswanto

NRP : 3103010252

Judul Skripsi : Pengaruh *Distance, Customer Satisfaction, Perceived Quality, Perceive Price, Perceived Service Quality, Store Assortment* Dan *Socioeconomics* Terhadap *Store Patronage* Konsumen GAP Tunjungan Plaza

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Juni 2014

Yang Menyatakan,



( Erni Siswanto)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit, SE, M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Dosen Pembimbing 1 Ibu Lena Ellitan, Ph. D. selaku dosen pembimbing I Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Dosen Pembimbing 2 Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing II Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.

7. Orang tua dan keluarga yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, dukungan, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman dan sahabat Widya Mandala yang tidak dapat disebutkan satu-persatu atas doa, semangat dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya. Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan penulis dapat menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, 26 Juni 2014

Erni Siswanto

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
2.2. Landasan Teori .....	12
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	23
2.4. Model Penelitian .....	27
2.5. Hipotesis .....	27



### BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian .....	29
3.2. Identifikasi Variabel .....	29
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	30
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	33
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	33
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	34
3.7. Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel..	34
3.8. Teknik Analisis Data .....	35

### BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden.....	39
4.2. Profil Responden.....	39
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
4.4. Statistik Deskriptif.....	46
4.5. Analisis Data Regresi Linier Berganda.....	50
4.6. Pembahasan .....	54

### BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan .....	60
5.2. Saran .....	62

### DAFTAR KEPUSTAKAAN

### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....	11
Tabel 4.1. Proses Pembagian Kuisisioner Penelitian.....	39
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel.....	44
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel .....	46
Tabel 4.5. <i>Output</i> Statistik Regresi Linier Berganda .....	50
Tabel 4.6. Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan .....	51
Tabel 4.6. Hasil Uji Pendekatan Nilai Kritis.....	52

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar	2.1. Black Box Model Perilaku Konsumen .....	12
Gambar	2.2. Model Penelitian .....	27
Gambar	4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Gambar	4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	41
Gambar	4.3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	41
Gambar	4.4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Gambar	4.5. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	43

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuisisioner
- Lampiran 2. Profil Responden
- Lampiran 3. Uji Validitas
- Lampiran 4. Uji Reliabilitas
- Lampiran 5. Analisis Regresi
- Lampiran 6. Data Kuisisioner Penelitian

**PENGARUH *DISTANCE*, *CUSTOMER SATISFACTION*,  
*PERCEIVED QUALITY*, *PERCEIVED PRICE*, *PERCEIVED  
SERVICE QUALITY*, *STORE ASSORTMENT* DAN  
*SOCIOECONOMICS* TERHADAP *STORE PATRONAGE*  
KONSUMEN GAP TUNJUNGAN PLAZA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *distance*, *customer satisfaction*, *perceived quality*, *perceived price*, *perceived service quality*, *store assortment* dan *socioeconomics* terhadap *store patronage* konsumen GAP Tunjungan Plaza Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian hipotesis yang disertai pengujian statistik. Variabel penelitian meliputi 7 variabel bebas dan satu variabel terikat. Jumlah sampel penelitian sebanyak 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan nilai determinasi berganda diketahui bahwa *distance*, *customer satisfaction*, *perceived quality*, *perceived price*, *perceived service quality*, *store assortment* dan *socioeconomics* mempengaruhi *store patronage* dengan pengaruh sebesar 68%. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *distance*, *customer satisfaction*, *perceived quality*, *perceived service quality*, *store assortment* dan *socioeconomics* berpengaruh signifikan terhadap *store patronage* konsumen GAP Tunjungan Plaza Surabaya. Sedangkan *perceived price* tidak berpengaruh signifikan terhadap *store patronage* konsumen GAP Tunjungan Plaza Surabaya.

**Kata Kunci:** *Distance*; *Customer Satisfaction*; *Perceived Quality*; *Perceived Price*; *Perceived Service Quality*; *Store Assortment*; *Socioeconomics*; *Store Patronage* Konsumen; **GAP Tunjungan Plaza.**

***THE INFLUENCE OF DISTANCE, CUSTOMER SATISFACTION, PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED PRICE, PERCEIVED SERVICE QUALITY, STORE ASSORTMENT AND SOCIOECONOMICS TOWARDS STORE PATRONAGE CONSUMERS GAP TUNJUNGAN PLAZA***

***ABSTRACT***

*The purpose of this research is to identify the impact of distance, customer satisfaction, perceived quality, perceived price, perceived service quality, store assortment and socioeconomics towards store patronage consumer at GAP Tunjungan Plaza Surabaya. This research is hyphotested research with statistict test. The research variables is seven of independents variables and one dependent variable. The number of sampling is 100 samples. Data analysis technique is multiple regression.*

*According to the multiple determination showing that the impact of distance, customer satisfaction, perceived quality, perceived price, perceived service quality, store assortment and socioeconomics toward store patronage with determination as 68%. The result of this research is showing that distance, customer satisfaction, perceived quality, perceived service quality, store assortment and socioeconomics have impact significant towards store patronage at GAP Tunjungan Plaza Surabaya. But, perceived price is not proved impact significant toward store patronage at GAP Tunjungan Plaza Surabaya.*

***Keywords : Distance; Customer Satisfaction; Perceived Quality; Perceived Price; Perceived Service Quality, Store Assortment; Socioeconomics; Store Patronage Consumer; GAP Tunjungan Plaza.***