

PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *ECONOMIC SATISFACTION*, *SOCIAL SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *PRICE SENSITIVITY* DI HARTONO SURABAYA



OLEH :
NILA MUSTIKASARI SANTOSO
3103011053

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *ECONOMIC SATISFACTION*, *SOCIAL SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *PRICE SENSITIVITY* DI
HARTONO SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:

**NILA MUSTIKASARI SANTOSO
3103011053**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER STATISFACTION, ECONOMIC
STATISFACTION, SOCIAL STATISFACTION* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION MELALUI PRICE SENSITIVITY DI
HARTONO SURABAYA**

Oleh:

**Nila Mustikasari Santoso
3103011053**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr.Lydia Ari Widyarini,MM
Tanggal: 29 - 06 - 2018

Pembimbing II,



Drs.Ec.Daniel Tulasi,MM
Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Nila Mustikasari Santoso NRP: 3103011053
Telah diuji pada senin, 23 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Lydia Ari Widyarini, MM
NIK.. 311.92.0183

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc
NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nila Mustikasari Santoso

NRP : 3103011053

Judul Skripsi : ***Pengaruh Customer Satisfaction, Economic satisfaction, Social Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Melalui Price Sensitivity Di Hartono Surabaya***

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 Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 29-06-2018



(Nila Mustikasari Santoso)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul: “Pengaruh *Customer Satisfaction, Economic Satisfaction, Social Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Price Sensitivity* Di Hartono Surabaya” Untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

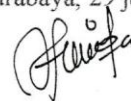
Adapun dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis tak lupa menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Dr.Ec.Lydia Ari Widyarini,MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Bapak Drs.Ec. Daniel Tulasi, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Seluruh Dosen dari Konsentrasi Manajemen Ritel, yang telah memberikan ilmu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis, Jurusan Manajemen, yang telah memberikan seluruh ilmunya dalam masa perkuliahan.
7. Kepada Papi, Mami, Ce Nirma, Ko Febri, dan Ce Mega yang telah menyisihkan waktunya, memberikan dukungan, semangat, serta doa yang tak terhingga bagi penulis selama ini untuk tetap berjuang menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
8. Seluruh teman-teman penulis, terutama Grady, Franky, Heru, Gaby, Ollivia, Yoanita, Ce Lien, Ce Florencia, serta teman kos, yang selalu mendukung dan senantiasa mengingatkan penulis untuk terus menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
9. Semua pihak yang bersangkutan dengan penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah membantu kelancaran jalannya penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu, tenaga, dan keterbatasan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari semua pihak, dengan harapan dapat menyempurnakan penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 29 juni 2018



Nila Mustikasari Santoso

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL -----	i
HALAMANPERSETUJUAN -----	ii
HALAMAN PENGESAHAN -----	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH -----	iv
KATA PENGANTAR -----	v
DAFTAR ISI -----	vii
DAFTAR TABEL -----	xi
DAFTAR GAMBAR -----	xiii
DAFTAR LAMPIRAN -----	xiv
ABSTRAK -----	xv
ABSTRACT -----	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN -----	1
1.1. Latar Belakang Masalah -----	1
1.2. Rumusan Masalah-----	5
1.3. Tujuan Penelitian-----	6
1.4. Manfaat Penelitian -----	6
1.5. Sistematika Penulisan -----	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN -----	9
2.1. Penelitian Terdahulu-----	9
2.2. Landasan Teori -----	11
2.2.1. <i>Repurchase Intention</i> -----	11
2.2.2. <i>Price sensitivity</i> -----	14
2.2.3. <i>Consumers satisfaction</i> -----	16
2.2.4. <i>Economic Satisfaction</i> -----	18

2.2.5. <i>Social Satisfaction</i> -----	19
2.3. Pengaruh antar Variabel -----	20
2.3.1. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>price sensitivity</i> -----	20
2.3.2. Pengaruh <i>Economic Satisfaction</i> terhadap <i>price sensitivity</i> -----	20
2.3.3. Pengaruh <i>Social Satisfaction</i> terhadap <i>price</i> <i>sensitivity</i> -----	21
2.3.4. Pengaruh <i>price sensitivity</i> terhadap <i>repurchase</i> <i>intention</i> -----	22
2.4. Kerangka Konseptual -----	22
2.5. Hipotesis -----	23
BAB 3. METODE PENELITIAN -----	24
3.1. Desain Penelitian -----	24
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian -----	24
3.3. Definisi Operasional Variabel-----	25
3.4. Pengukuran Variabel -----	26
3.5. Jenis dan Sumber Data -----	27
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data -----	27
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel --	28
3.7.1. Populasi -----	28
3.7.2. Sampel-----	28
3.7.3. Teknik Pengumpulan Sampel -----	29
3.8. Teknik Analisis Data -----	29
3.8.1. Uji Normalitas data -----	30
3.8.2. Uji Validitas dan Uji Realibilitas -----	30
3.8.3. Uji Kecocokan Keseluruhan Model -----	31
3.8.4. Uji Kecocokan Model Struktural -----	33

3.8.5. Uji Hipotesis -----	33
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN -----	34
4.1. Karakteristik Responden -----	34
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian-----	38
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> -----	39
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Economic Satisfaction</i> -----	40
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Satisfaction</i> -----	40
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Sensitivity</i> ---	41
4.2.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i> -----	41
4.3. Uji Asumsi SEM-----	42
4.3.1. Uji Normalitas -----	42
4.3.2. Uji Validitas-----	44
4.3.3. Uji Reabilitas-----	44
4.4. Uji <i>Goodness of Fit</i> -----	45
4.5. Uji Kecocokan Model Struktural-----	46
4.6. Uji Hipotesis -----	48
4.7. Pembahasan-----	49
4.7.1. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Price Sensitivity</i> -----	49
4.7.2. Pengaruh <i>Economic Satisfaction</i> terhadap <i>Price Sensitivity</i> -----	50
4.7.3. Pengaruh <i>Social Satisfaction</i> terhadap <i>Price Sensitivity</i> -----	51
4.7.4. Pengaruh <i>Price Sensitivity</i> terhadap	

<i>Price Sensitivity</i> -----	51
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN -----	53
5.1. Simpulan -----	53
5.2. Saran -----	53
5.2.1. Saran Akademis -----	53
5.2.2. Saran Praktis -----	54
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Segmentasi Pasar Zara Di Indonesia -----	5
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang -----	11
Tabel 4.1. Pembagian Kuesioner -----	36
Tabel 4.2. Usia -----	37
Tabel 4.3. Jenis Kelamin -----	37
Tabel 4.4. Domisil -----	37
Tabel 4.5. Tingkat Pendidikan -----	38
Tabel 4.6. Pendapatan/Uang Saku per Bulan -----	38
Tabel 4.7. Pekerjaan -----	39
Tabel 4.8. Interval Rata-rata -----	40
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand</i> <i>Consciousness</i> (X_1) -----	40
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Materialism</i> (X_2) -----	41
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Comparison</i> (X_3)--	41
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel <i>Fashion</i> <i>Innovativeness</i> (X_4) -----	42
Tabel 4.13. Statistik Deskriptif Variabel <i>Fashion</i> <i>Involvement</i> (X_5)-----	43
Tabel 4.14. Statistik Deskriptif Variabel <i>Attitude</i> (Y_1)-----	43
Tabel 4.15. Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y_2)--	44
Tabel 4.16. <i>Test of Univariate Normality for Continuous Variables</i>	46
Tabel 4.17. <i>Test of Multivariate Normality for Continuous</i> <i>Variables</i> -----	47
Tabel 4.18. Iktisar <i>Goodness of Fit</i> -----	47
Tabel 4.19. Hasil Uji Validitas -----	48

Tabel 4.20.	Hasil Uji Reliabilitas -----	49
Tabel 4.21.	Persamaan Struktural -----	50
Tabel 4.22.	Pengujian Hipotesis -----	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Konstruk TRA -----	13
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual-----	23
Gambar 4.1. Path Diagram t-value -----	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Hasil Kuesioner
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. Uji *Structural Equation Modeling*(SEM)
- Lampiran 9. Gambar *Estimates*, Gambar *Standardized Solution*, Gambar *T-Values*

Pengaruh *Customer Satisfaction, Economic Satisfaction, Social Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Price Sensitivity* Di Hartono Surabaya

ABSTRAK

Hartono merupakan Toko elektronik terbesar yang berada di Surabaya. Hartono berdiri pada tahun 1978 dengan konsep ritel tradisional yang hanya menjual peralatan listrik. Namun, pada tahun 1980 Hartono mulai mengembangkan usahanya dengan menjual alat-alat elektronik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Customer Satisfaction, Economic Satisfaction, dan Social Satisfaction* terhadap *price sensitivity* dan *Purchase Intention*. Penelitian ini mengambil 150 responden yang berdomisili di Surabaya sebagai sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dan menggunakan program LISREL. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling nonprobability, dengan purposive sampling. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Customer Satisfaction, Economic Satisfaction, Social Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Price Sensitivity*. Disamping itu, hasil penelitian ini juga membuktikan *Price Sensitivity* berpengaruh positif terhadap bahwa *purchase intention* pelanggan Hartono di Surabaya.

Kata Kunci: *Customer Satisfaction, Economic Satisfaction, Social Satisfaction, Purchase Intention dan Price Sensitivity*

Impact of Customer Satisfaction, Economic Satisfaction, and Social Satisfaction against price sensitivity and Purchase Intention in Hartono Surabaya

ABSTRACT

Hartono is the largest electronics store located in Surabaya. Hartono was established in 1978 with a traditional retail concept that only sells electrical equipment. However, in 1980 Hartono began to expand his business by selling electronic devices. This research aims to analyze the Influence of Customer Satisfaction, Economic Satisfaction, and Social Satisfaction on price sensitivity and Purchase Intention. This research took 150 respondents who are domiciled in Surabaya as a sample. Data analysis technique used in here is Structural Equation Modeling (SEM) and using LISREL program. Sampling technique used is nonprobability sampling, with purposive sampling. The results of this research proves that Customer Satisfaction, Economic Satisfaction, Social Satisfaction have a positive effect on Price Sensitivity. In addition, the results of this study also proves Price Sensitivity positively affects the purchase intention of Hartono customers in Surabaya.

Keywords : Customer Satisfaction, Economic Satisfaction, Social Satisfaction, Purchase Intention and Price Sensitivity