

PENGARUH KOMPETENSI TENAGA PENJUAL,
KEPERCAYAAN PADA TENAGA PENJUAL DAN
ASSORTMENT TERHADAP NIAT LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO IBOX SURABAYA



OLEH:
DOSI OCTAVIA SUTRISNO
3103015142

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

PENGARUH KOMPETENSI TENAGA PENJUAL,
KEPERCAYAAN PADA TENAGA PENJUAL DAN
ASSORTMENT TERHADAP NIAT LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO IBOX SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

DOSI OCTAVIA SUTRISNO

3103015142

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KOMPETENSI TENAGA PENJUAL,
KEPERCAYAAN PADA TENAGA PENJUAL DAN
ASSORTMENT TERHADAP NIAT LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO IBOX SURABAYA

Oleh:
DOSI OCTAVIA SUTRISNO
3103015142

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



(Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si)

NIK 311.95.0228

Tanggal: 22-01-2019

Pembimbing II,



(Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si)

NIK 311.99.0369

Tanggal: 22-01-2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Dosi Octavia Sutrisno NRP 3103015142
Telah diuji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji


Ketua Tim Penguji:



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

NIK 311.95.0228

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 Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dosi Octavia Sutrisno

NRP : 3103015142

Judul Skripsi : Pengaruh Kompetensi Tenaga Penjual, Kepercayaan pada Tenaga Penjual dan *Assortment* terhadap Niat Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen di Toko iBox Surabaya

Menyatakan bahwa 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, Januari 2019
Yang menyatakan



(Dosi Octavia Sutrisno)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, rahmat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini yang berjudul “pengaruh kompetensi tenaga penjual, kepercayaan pada tenaga penjual dan *assortment* terhadap niat loyalitas melalui kepuasan konsumen di toko iBox Surabaya”. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini yaitu untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM, Ak., CPA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan saran yang bermanfaat dalam penulisan tugas akhir.
4. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan saran yang bermanfaat dalam penulisan tugas akhir.
5. Bapak Drs. Ec. C. Martono, M.Si selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
6. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama menempuh perkuliahan.
7. Orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan doa dan dukungan dalam penyelesaian tugas akhir.

8. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk melakukan pengisian kuesioner.
9. Sahabat-sahabat, teman-teman yang menempuh tugas akhir dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna mengingat adanya keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya. Oleh karena itu, peneliti tidak menutup kemungkinan adanya kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan tugas akhir dari semua pihak. Akhir kata, semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, ... Januari 2019

Peneliti,

Dosi Octavia Sutrisno

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen	7
2.1.2. Kompetensi Tenaga Penjual.....	7
2.1.3. Kepercayaan pada Tenaga Penjual.....	8
2.1.4. Assortment	9
2.1.5. Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.6. Niat Loyalitas	11
2.1.7. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Pengembangan Hipotesis	13
2.2.1. Pengaruh Kompetensi Tenaga Penjual terhadap Kepuasan Konsumen	13
2.2.2. Pengaruh Kepercayaan pada Tenaga Penjual terhadap Kepuasan Konsumen	14

2.2.3.	Pengaruh Assortment terhadap Kepuasan Konsumen.....	15
2.2.4.	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Niat Loyalitas	16
2.3.	Rerangka Penelitian.....	17
BAB 3. METODE PENELITIAN		
3.1.	Desain Penelitian	18
3.2.	Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	18
3.2.1.	Identifikasi Variabel.....	18
3.2.2.	Definisi Operasional.....	19
3.2.3.	Pengukuran Variabel.....	21
3.3.	Jenis dan Sumber Data	21
3.3.1.	Jenis Data	21
3.3.2.	Sumber Data.....	21
3.4.	Metode Pengumpulan Data	21
3.5.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	22
3.5.1.	Populasi.....	22
3.5.2.	Sampel.....	22
3.5.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.6.	Analisis Data	23
3.6.1.	Uji Kecocokan Model Pengukuran (Outer Model).....	23
3.6.2.	Uji Kecocokan Model Struktural (Inner Model).....	25
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	27
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Produk Merek Apple.....	28
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Membeli di Toko iBox.....	28
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	29
4.1.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	30
4.1.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	30
4.2.	Deskripsi Data	31
4.2.1.	Statistik Deskriptif Variabel Kompetensi Tenaga Penjual (X_1).....	32

4.2.2.	Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan pada Tenaga Penjual (X ₂).....	33
4.2.3.	Statistik Deskriptif Variabel Assortment (X ₃)	34
4.2.4.	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	35
4.2.5.	Statistik Deskriptif Variabel Niat Loyalitas (Z).....	36
4.3.	Hasil Analisis Data	36
4.3.1.	Evaluasi Outer Model	36
4.3.2.	Validitas Konvergen.....	37
4.3.3.	Validitas Diskriminan	38
4.3.4.	Average Variance Extracted (AVE).....	38
4.3.5.	Composite Reliability	39
4.3.6.	Cronbachs Alpha.....	40
4.3.7.	Evaluasi Inner Model	41
4.3.8.	Inner Model (Model Struktural).....	41
4.3.9.	Nilai R Square (R ²)	42
4.3.10.	Path Coefficient.....	42
4.3.11.	Hasil Hipotesis	43
4.4.	Pembahasan	44
4.4.1.	Pengaruh Kompetensi Tenaga Penjual terhadap Kepuasan Konsumen	44
4.4.2.	Pengaruh Kepercayaan pada Tenaga Penjual terhadap Kepuasan Konsumen	45
4.4.3.	Pengaruh Assortment terhadap Kepuasan Konsumen	46
4.4.4.	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Niat Loyalitas	47
4.4.5.	Pengaruh Kompetensi Tenaga Penjual terhadap Niat Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen	48
4.4.6.	Pengaruh Kepercayaan pada Tenaga Penjual terhadap Niat Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen	49
4.4.7.	Pengaruh Assortment terhadap Niat Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen	49
BAB 5. PENUTUP		
5.1.	Simpulan.....	51
5.2.	Keterbatasan	52
5.3.	Saran.....	52

5.3.1. Saran Akademis	52
5.3.2. Saran Praktis	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	13
Tabel 3.1 Cut Value Uji Validitas dalam PLS	24
Tabel 3.2 Cut Value Uji Reliabilitas dalam PLS	25
Tabel 3.3 Batas Nilai R^2	25
Tabel 3.4 Cut Value Uji Hipotesis	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	28
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Produk Merek Apple	28
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Membeli di Toko iBox	29
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	29
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	30
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	30
Tabel 4.8 Interval Penilaian	31
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kompetensi Tenaga Penjual	32
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan pada Tenaga Penjual	33
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Assortment	34
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	35
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel Niat Loyalitas	36
Tabel 4.14 Validitas Konvergen	37
Tabel 4.15 Validitas Diskriminan	38
Tabel 4.16 AVE	39
Tabel 4.17 Composite Reliability	39
Tabel 4.18 Cronbach's Alpha	40
Tabel 4.19 Nilai R^2	42
Tabel 4.20 Path Coefficient	42
Tabel 4.21 Hasil Hipotesis	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian	17
Gambar 4.1. Model Penelitian	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Jawaban Responden

Lampiran 3. Karakteristik Responden

Lampiran 4. Statistik Deskriptif Variabel

Lampiran 5. Output PLS Algorithm *Outer Model*

Lampiran 6. Output PLS Algorithm *Inner Model*

ABSTRAK

Di era yang serba maju seperti saat ini, *smartphone* sudah menjadi hal yang umum untuk digunakan oleh masyarakat. Pertumbuhan penggunaan *smartphone* di Indonesia sendiri tergolong cukup pesat. Banyak peritel yang menjual *smartphone* baik melalui toko *online* maupun toko fisik. Gerai *smartphone* atau toko fisik sendiri terbagi menjadi dua, dimana ada gerai yang menjual dengan satu merek *smartphone* tertentu (*specialty store*) dan ada pula gerai yang menjual *smartphone* dengan berbagai macam jenis merek. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari kompetensi tenaga penjual, kepercayaan pada tenaga penjual dan *assortment* terhadap niat loyalitas melalui kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan cara *purposive sampling*. Obyek dari penelitian ini yaitu konsumen yang membeli produk Apple di toko iBox di Surabaya dengan sampel yang digunakan sebesar 150 responden. Alat pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* yang dibantu dengan menggunakan program SmartPLS. Hasil penelitian menyatakan bahwa kompetensi tenaga penjual memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepercayaan pada tenaga penjual memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, *assortment* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat loyalitas.

Kata Kunci: *Kompetensi tenaga penjual, kepercayaan pada tenaga penjual, assortment, kepuasan konsumen, niat loyalitas*

ABSTRACT

EFFECT OF SALESPERSON COMPETENCE, TRUST IN SALESPEOPLE AND ASSORTMENT TO LOYALTY INTENTIONS THROUGH CUSTOMER SATISFACTION ON IBOX STORE IN SURABAYA

In an advanced era like today, smartphones have become a common thing for people to use. The growth of smartphone use in Indonesia itself is quite rapid. Many retailers sell smartphones both through online stores and physical stores. Smartphone outlets or physical stores themselves are divided into two, where there are outlets that sell with one particular smartphone brand (specialty store) and there are also outlets that sell smartphones with various types of brands. This study aims to determine the effect of sales force competencies, trust in salespeople and assortment of intention of loyalty through customer satisfaction. This research is a causal study. The sampling technique in this study used non-probability sampling techniques using purposive sampling. The object of this study is consumers who buy Apple products at iBox stores in Surabaya with a sample of 150 respondents. The data collection tool used is using a questionnaire. The data analysis technique in this study used the Structural Equation Model which is assisted by using the SmartPLS program. The results of the study state that the competency of salespeople has a significant influence on customer satisfaction, trust in salespeople has a significant influence on customer satisfaction, assortment has a significant influence on customer satisfaction and customer satisfaction has a significant influence on loyalty intention.

Keywords: *Salesperson competence, trust in salesperson, assortment, consumer satisfaction, loyalty intention*