

Konsentrasi/Bidang Minat:

Ritel

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
NIAT PEMBELIAN ULANG DENGAN MEDIATOR TINGKAT
KEPUASAN PELANGGAN PADA SUPERMARKET BONNET,
SURABAYA**

Skripsi S-1



OLEH :
STEFANUS NOVIANTO LIESAR
3103006361

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DENGAN
MEDIATOR TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA
*SUPERMARKET BONNET, SURABAYA***

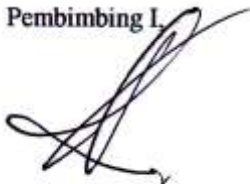
Oleh:

STEFANUS NOVIANTO L.

3103006361

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji Sidang Akhir

Pembimbing I



Drs. Ec. Y. Koesworo, MM

Tanggal: 17/4/2022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Stefanus Novianto L., NRP: 3103006361

Telah diuji pada tanggal 11-04-2012 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

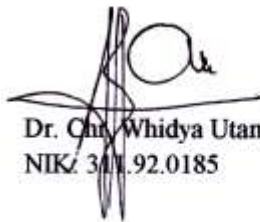
Ketua Tim Penguji



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
NIK: 311.89.0152


Mengetahui:

Dekan,



Dr. Ch. Whidya Utami, MM
NIK: 311.92.0185

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
NIK: 311.89.0152

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawahini:

Nama : STEFANUS NOVIANTO LIESAR

NRP : 3103006361

Judul Tugas Akhir : ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DENGAN MEDIATOR TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA SUPERMARKET BONNET, SURABAYA.

Menyatakan bahwa tugas akhir 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 Hak Cipta.

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

Surabaya 17 April 2012



(STEFANUS NOVIANTO LIESAR)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Mediator Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Supermarket BONNET, Surabaya”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga antara lain untuk:

1. Tuhan Yesus atas pertolongan dan berkat anugerah-Nya dalam penulisan tugas akhir ini;
2. Segenap keluarga penulis atas dukungan doa serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini;
3. Bapak Drs. Ec. Y. Koesworo, MM. selaku dosen pembimbing yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini;
4. Bapak Jan Wellyan, SE, M.Si., selaku dosen yang mendorong saya untuk menyelesaikan skripsi saya.
5. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini;
6. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman-teman

yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini, khususnya Lia, Elizabeth, Felisia, dan Chandra;

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara terperinci namun memiliki andil besar dalam penyusunan tugas akhir ini;

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRACT | x |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.4.1. Manfaat Akademis..... | 7 |
| 1.4.2. Manfaat Praktis..... | 7 |
| 1.5. Sistematika Skripsi..... | 7 |
| BAB II. LANDASAN TEORITIS | 9 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 9 |
| 2.2. Landasan Teori | 10 |
| 2.2.1. Deskripsi Teoritis | 10 |
| 2.2.1.1. Ritel | 10 |
| 2.2.1.2. Kualitas Layanan | 15 |
| 2.2.1.3. Kepuasan Pelanggan | 20 |
| 2.2.1.4. Niat Pembelian Ulang | 28 |
| 2.2.2. Kerangka Teoritis | 34 |
| 2.2.2.1. Hubungan antara Kualitas Layanan dan Niat Pembelian Ulang..... | 34 |

| | |
|--|----|
| 2.2.2.2. Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel | |
| Mediator | 34 |
| 2.3. Model Penelitian Analitis | 35 |
| 2.4. Hipotesis | 36 |
| BAB III. HASIL PENELITIAN | 37 |
| 3.1. Disain Penelitian | 37 |
| 3.2. Identifikasi Variabel | 37 |
| 3.3. Definisi Operasional | 38 |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data | 39 |
| 3.4.1. Jenis Data | 39 |
| 3.4.2. Sumber Data | 40 |
| 3.5. Pengukuran Variabel | 40 |
| 3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data | 41 |
| 3.6.1. Alat Pengumoulan Data | 41 |
| 3.6.2. Metode Pengumpulan Data | 41 |
| 3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel | 42 |
| 3.8. Teknik Analisis Data | 42 |
| 3.8.1. Uji Validitas | 42 |
| 3.8.2. Uji Reliabilitas | 43 |
| 3.8.3. Analisi Regresi | 44 |
| 3.8.4. Analisi Regresi Linier Sederhana | 44 |
| 3.9. Prosedur Pengolahan Hipotesis..... | 45 |
| 3.9.1. Uji Signifikansi Regresi Berganda (Uji F)..... | 45 |
| 3.9.2. Uji Signifikansi Regresi Parsial (Uji t)..... | 46 |
| BAB IV. BAHASAN PENELITIAN | 48 |
| 4.1. Deskripsi Data | 48 |

| | |
|--|-----------|
| 4.1.1. Karakteristik Responden | 48 |
| 4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas | 51 |
| 4.3. Analisi Data | 54 |
| 4.3.1. Hubungan Antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 54 |
| 4.3.1.1. Koefisien Korelasi | 55 |
| 4.3.1.2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial | 55 |
| 4.3.2. Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang | 56 |
| 4.3.2.1. Koefisien korelasi | 56 |
| 4.3.2.2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial..... | 57 |
| 4.4. Pembahasan | 57 |
| BAB V. SIMPULAN DAN SARAN..... | 59 |
| 5.1. Simpulan | 59 |
| 5.2. Saran | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 61 |
| LAMPIRAN | |

ABSTRAK

Kualitas layanan yang diberikan merupakan bagian dari suatu penilaian yang tertera dalam benak konsumen. Bilamana konsumen merasa kualitas layanan yang diberikan memenuhi keinginan bahkan melebihi ekspektasi konsumen, akan menciptakan rasa percaya (*trust*) pada konsumen yang dapat menyebabkan indikasi yang mengacu pada niat pembelian ulang. Tingkat kepuasan berpengaruh dalam pengambilan keputusan apakah akan melakukan niat pembelian ulang atau tidak. Bilamana konsumen merasa puas akan kualitas layanan yang diberikan oleh peritel, maka harapan konsumen untuk melakukan niat pembelian ulang akan menjadi semakin besar. Maka dari itu kepuasan memiliki pengaruh untuk memperkuat atau memperlemah kualitas layanan guna mencapai niat pembelian ulang. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara kualitas layanan terhadap niat pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediator.

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 150 orang konsumen Supermarket BONNET di Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier dengan mediator. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Supermarket BONNET. Dimana kepuasan pelanggan juga ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Supermarket BONNET, sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan meningkatkan kualitas layanan maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan dan pada akhirnya akan meningkatkan pula niat pembelian ulang pada Supermarket BONNET.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Niat Pembelian Ulang.

The Influence of Service Quality on Repurchase Intention With The Consumer Satisfaction As a Mediator Variable For The Consumers of Supermarket Bonnet in Surabaya

Abstract

The service quality who had given, are a part of an assessment which are listed in the consumers mind. When consumers feels that the service quality which been given are satisfying even exceeds the expectations of consumers, it will create a sense of thrust (the trust) on consumers which can cause an intentions that referring to the repurchase intentions. The level of satisfaction had an influence in the decision, whether they will do a repurchase intention or not. When consumers are satisfied with the service quality who provided by retailers, then the expectation of did the repurchase intentions becomes bigger. Therefore, the satisfactions are having an influence to streng then or weaken the service quality in order to achieve the repurchase intentions. This research's aim is to examine the relationship between service quality againts the repurchase intentions and the consumers satisfaction as a mediator variable.

In this research, the technique of picking samples that used is non probability sampling. Type of method that used is purposive sampling. The samples, that are taken was 150 people consumers of SupermarketBONNET in Surabaya. Data were collected using a questionnaire. Analysis technique that was used is linier regression analysis with mediator. The result of this analysis shows that the service quality is significantly affected to consumers satisfaction on SupermarketBONNET. Which also that consumers satisfaction are found having a significant influence to repurchase intention on supermarket Bonnet, and then it can concluded that with rising the service quality it will occur to the rising of consumers satisfaction, and finally it will rise the repurchase intention on Supermarket BONNET either.

Keywords : Service Quality, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention