

PENGARUH *RETAILER AWARENESS*, *RETAILER ASSOCIATION*, *RETAILER PERCEIVED QUALITY* DAN *RETAILER LOYALTY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DI H&M PAKUWON MALL SURABAYA

SKRIPSI S-1



OLEH :

DEVI PERMATA SARI

3103014116

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

PENGARUH *RETAILER AWARENESS*, *RETAILER ASSOCIATION*, *RETAILER PERCEIVED QUALITY* DAN *RETAILER LOYALTY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DI H&M DI PAKUWON MALL SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

DEVI PERMATA SARI

3103014116

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *RETAILER AWARENESS, RETAILER ASSOCIATION, RETAILER PERCEIVED QUALITY* DAN *RETAILER LOYALTY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DI H&M DI PAKUWON MALL SURABAYA

Oleh :
DEVI PERMATA SARI
3103014116

Telah Disetujui dan Diterima dengan baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

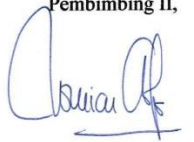


Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

NIK. 311.95.0228

Tanggal : 1/8/18.....

Pembimbing II,



Monica Ajeng Erwita, S.Sos., MM


NIK. 311.13.0754,

Tanggal: 1/8/2018.....

HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh Devi Permata Sari NRP 3103014116
Telah diuji pada tanggal...25 Juli 2018...dan dinyatakan
lulus oleh Tim Penguji**

Ketua Tim Penguji :



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

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 : Devi Permata Sari

NRP : 3103014116

Judul Skripsi : Pengaruh *Retailer Awareness, Retailer Association, Retailer Perceived Quality* dan *Retailer Loyalty Terhadap Repurchase Intention* di H&M Pakuwon Mall 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 Unika Widya Mandala Surabaya) sebatas untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 29 Juni 2018

Yang Menyatakan,



Devi Permata Sari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala kasih, hikmat, dan penyertaan-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan baik. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Retailer Awareness, Retailer Association, Retailer Perceived Quality* dan *Retailer Loyalty* Terhadap *Repurchase Intention* di H&M Pakuwon Mall Surabaya”. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Lodovicus Lasdi, MM., 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 Margaretha Ardhnari, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan dorongan, saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Monica Ajeng Erwita, S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan

pikiran serta memberikan dorongan, saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Papa dan mama, kakek dan nenek yang telah memberikan dukungan dari awal hingga akhir dari penulisan skripsi ini.
6. Kakak-kakak saya yaitu, Venesia, Maria, Yosef dan adik saya yaitu, Debby yang telah mendukung saya dan selalu ada buat saya ketika saya membutuhkan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Yehuda Evan Deodatus Sucipto, yang juga berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir tetapi selalu bisa memberikan bantuan ketika saya membutuhkan, selalu mendoakan, menemani, mendukung, memberikan support kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Sahabat-sahabat saya, yaitu Vinny, Agnes, Maria Melisa, Festy yang telah mendukung dan memberikan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan lapang dada. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya.

Surabaya, 29 Juni 2018

Devi Permata Sari

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN ..	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan ..	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	12

2.2.1	<i>Repurchase Intention</i>	12
2.2.2	<i>Retailer Loyalty</i>	15
2.2.3	<i>Retailer Perceived Quality</i>	16
2.2.4	<i>Retailer Association</i>	17
2.2.5	<i>Retailer Awareness</i>	18
2.3	Hubungan Antar Variabel	21
2.3.1	Pengaruh <i>Retailer Awareness</i> terhadap <i>Retailer Loyalty</i>	19
2.3.2	Pengaruh <i>Retailer Association</i> terhadap <i>Retailer Loyalty</i>	20
2.3.3	Pengaruh <i>Retailer Perceived Quality</i> terhadap <i>Retailer Loyalty</i>	21
2.3.2	Pengaruh <i>Retailer Loyalty</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	22
2.4	Model Penelitian	23
2.5	Hipotesis	24
 BAB 3. METODE PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian	25
3.2	Identifikasi Variabel	25
3.3	Definisi Operasional Variabel	26
3.3.1	<i>Retailer Awareness</i>	26
3.3.2	<i>Retailer Association</i>	26
3.3.3	<i>Retailer Perceived Quality</i>	27

3.3.4 <i>Retailer Loyalty</i>	27
3.3.5 <i>Repurchase Intention</i>	28
3.4 Jenis dan Sumber Data	28
3.4.1 Jenis Data	28
3.4.2 Sumber Data	29
3.5 Skala Pengukuran Variabel	29
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	30
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.7.1 Populasi	30
3.7.2 Sampel	30
3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.8 Teknik Analisis Data	32
3.8.1 Uji Normalitas	32
3.8.2 Uji Validitas	33
3.8.3 Uji Reliabilitas	33
3.8.4 Uji Kecocokan Model	34
3.8.5 Uji Hipotesis	35
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data Penelitian	36
4.1.1 Karakteristik Responden	36
a. Berdasarkan Jenis Kelamin	36
b. Berdasarkan Usia	37
c. Berdasarkan Pendidikan	38

d. Berdasarkan rata-rata pembelian	39
e. Berdasarkan Domisili	40
f. Berdasarkan Gaji ..	41
4.1.2 Statistik Deskriptif Variabel	42
4.2 Analisis Data	49
4.2.1 Uji Normalitas Data	49
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.2.3 Pengujian Kesesuaian Model	57
4.2.4 Persamaan Struktural	58
4.2.5 Pengujian Hipotesis	58
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 Pengaruh <i>Retailer Awareness</i> terhadap <i>Retailer Loyalty</i>	61
4.3.2 Pengaruh <i>Retailer Association</i> terhadap <i>Retailer Loyalty</i>	62
4.3.3 Pengaruh <i>Retailer Perceived Quality</i> terhadap <i>Retailer Loyalty</i> ...	64
4.3.4 Pengaruh <i>Retailer Loyalty</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	65

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
5.2.1 Saran Akademis ...	67

5.2.2 Saran Praktis67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat ini	10
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pembelian	40
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	41
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Gaji	42
Tabel 4.7 Kelompok Interval Penilaian	43
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Retailer Awareness</i>	43
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Retailer Association</i>	44
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Retailer Perceived Quality</i>	45
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Retailer Loyalty</i>	47
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas <i>Univariate</i>	50

Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas *Multivariate*.....51

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas52

Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas *Retailer Awareness*53

Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas *Retailer Association*54

Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas *Retailer Perceived
Quality*55

Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas *Retailer Loyalty*55

Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas *Repurchase Intention*56

Tabel 4.21 Hasil Uji Kecocokan Seluruh Model57

Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>Sales Revenue Fashion Ritel</i>	4
Gambar 1.2 Pertumbuhan Ekonomi Kota Surabaya	5
Gambar 2.1 Model Penelitian ..	23

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif Variabel
- Lampiran 5. Output Lisrel
- Lampiran 6. Path Diagram
- Lampiran 7. Presentase Variabel

PENGARUH *RETAILER AWARENESS*, *RETAILER ASSOCIATION*, *RETAILER PERCEIVED QUALITY* DAN *RETAILER LOYALTY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DI H&M DI PAKUWON MALL SURABAYA

ABSTRAK

Peningkatan jumlah ritel modern dipengaruhi oleh masuknya peritel asing ke Indonesia. Seiring dengan perkembangannya, pengelolaan ritel modern sangat membutuhkan dukungan teknologi khususnya bidang informasi . Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Retailer Awareness*, *Retailer Association*, *Retailer Perceived Quality* dan *Retailer Loyalty* Terhadap *Repurchase Intention* di H&M Pakuwon Mall Surabaya. Dalam penelitian ini, kelima variabel tersebut dianalisis menggunakan analisis SEM LISREL 8.70. Objek penelitian ini adalah H&M Pakuwon Mall Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 150 responden dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model yang dibangun dapat memprediksi perilaku konsumen tentang *repurchase intention*. Secara terperinci hasil penelitian menunjukkan bahwa *retailer awareness*, *retailer association* dan *retailer perceived quality* berpengaruh positif terhadap *retailer loyalty*. Dan juga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *retailer loyalty* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci : *Retailer Awareness*, *Retailer Association*, *Retailer Perceived Quality*, *Retailer Loyalty*, *Repurchase Intention*

EFFECT OF RETAILER AWARENESS, RETAILER ASSOCIATION, RETAILER PERCEIVED QUALITY AND RETAILER LOYALTY TO REPURCHASE INTENTION IN H&M IN PAKUWON MALL SURABAYA

ABSTRACT

The increase in the number of modern retail is influenced by the entry of foreign retailers to Indonesia. Along with this development, modern retail management is in desperate need of technological support especially the information. Therefore this study aims to identify the impact of retailer awareness, retailer association, retailer perceived quality and retailer loyalty of repurchase intention in H&M Pakuwon Mall Surabaya. In this research, five variables were analyzed use SEM LISREL 8.70. The object of this research is H&M Pakuwon Mall Surabaya. Total sample used were 150 respondent and data collection techniques used in this study is purposive sampling.

The results show that the model built can predict consumer behavior about repurchase intention. In detail the results show that retailer awareness, retailer association, and retailer perceived quality have a positive effect on retailer loyalty. And also the results of this study indicate that retailer loyalty have a positive effect on repurchase intention.

Keywords : *Retailer Awareness, Retailer Association, Retailer Perceived Quality, Retailer Loyalty, Repurchase Intention.*