

**PENGARUH *FAMILIARITY*, *VALUE*,
SATISFACTION, DAN HABIT TERHADAP *REPEAT
PURCHASE INTENTION* PADA PELANGGAN
SHOPEE DI SURABAYA**



OLEH :

JESSICA SUGIONO

3103014009

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

**PENGARUH *FAMILIARITY, VALUE,*
SATISFACTION, DAN HABIT TERHADAP *REPEAT*
PURCHASE INTENTION PADA PELANGGAN
SHOPEE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

JESSICA SUGIONO

3103014009

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

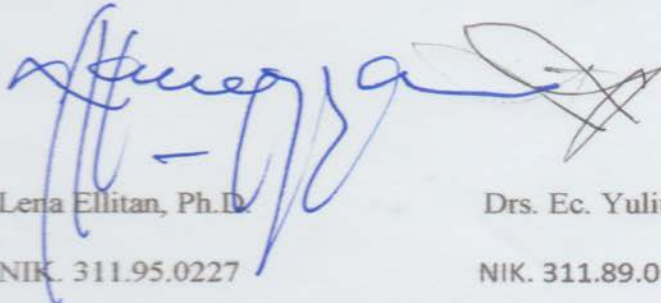
PENGARUH *FAMILIARITY, VALUE, SATISFACTION*, DAN HABIT TERHADAP *REPEAT PURCHASE INTENTION* PADA PELANGGAN SHOPEE DI SURABAYA

Oleh :
JESSICA SUGIONO
3103014009

Telah Disetujui dan Diterima dengan baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Lena Ellitan, Ph.D.

Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.

NIK. 311.95.0227

NIK. 311.89.0152

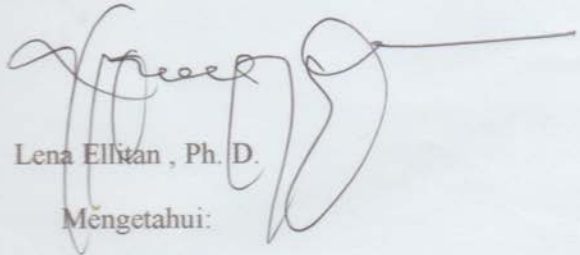
Tanggal : 29 Juni 2018

Tanggal: 29 Juni 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Jessica Sugiono NRP 3103014009
Telah diuji pada tanggal....29 Juli 2018.....dan dinyatakan
lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji :



Lena Ellitan , Ph. D.
Mengetahui:

Dekan



Dr. Lodowicus 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 : Jessica Sugiono

NRP : 3103014009

Judul Skripsi : Pengaruh *Familiarity, Value, Satisfaction*, dan *Habit* terhadap *Repeat Purchase Intention* pada Pelanggan Shopee di 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,



Jessica Sugiono

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih, hikmat, dan penyertaan-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan baik. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan 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. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE.,M.Sc selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Lena Ellitan, Ph. D selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, serta memberikan dorongan dan saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, serta memberikan dorongan dan saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Papa, mama, dan kakak saya yang telah memberikan dukungan dan bantuan dari awal hingga akhir penulisan skripsi.
6. Brilianto Kusuma yang memberikan support, motivasi dan bantuan kepada saya, serta menemani saya mengerjakan skripsi, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Brenda selaku asisten dosen laboratorium statistik yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu dan mengajarkan saya dalam pengolahan data.
8. Sahabat-sahabat saya, yaitu Devi Permatasari, Vinny Alvionita dan Agnes Cynthia 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

Jessica Sugiono

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.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Peneliti Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 <i>Familiarity</i>	12

2.2.2	<i>Value</i>	13
2.2.3	<i>Satisfaction</i>	15
2.2.4	<i>Habit</i>	17
2.2.5	<i>Repurchase Intention</i>	18
2.3	Hubungan Antar Variabel	19
2.3.1	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	20
2.3.2	Pengaruh <i>Familiarity</i> terhadap <i>Habit</i>	21
2.3.3	Pengaruh <i>Value</i> terhadap <i>Habit</i>	21
2.3.4	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Habit</i>	22
2.3.5	Pengaruh <i>Value</i> terhadap <i>Satisfaction</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
3.2.1	Variabel Dependen	25
3.2.2	Variabel Independen.....	25
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3.1	<i>Familiarity</i>	26
3.3.2	<i>Value</i>	27
3.3.3	<i>Satisfaction</i>	28
3.3.4	<i>Habit</i>	30
3.3.5	<i>Repurchase Intention</i>	31
3.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian	31

3.5	Pengukuran Variabel.....	32
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan data	33
3.7	Populasi dan Sampel	33
3.8	Teknik Analisis Data.....	34
3.8.1	Uji Normalitas Data.....	35
3.8.2	Uji Keseluruhan Variabel.....	36
3.8.3	Uji Kecocokan Model Pengukuran	37
3.8.4	Uji Kecocokan Model Struktural	39
 BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Subjek Penelitian.....	40
4.2	Karakteristik Responden	40
4.3	Deskripsi Data.....	45
4.4	Analisis Data	51
4.4.1	Uji Normalitas	51
4.4.2	Uji Validitas	53
4.4.3	Uji Reliabilitas.....	55
4.4.4	Uji Kecocokkan Model	59
4.4.5	Persamaan Struktural.....	59
4.5	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	60
4.6	Pembahasan.....	62
4.6.1	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	62
4.6.2	Pengaruh <i>Familiarity</i> terhadap <i>Habit</i>	64
4.6.3	Pengaruh <i>Value</i> terhadap <i>Habit</i>	65
4.6.4	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Habit</i>	66

4.6.5 Pengaruh <i>Value</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	66
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	68
5.2 Saran	70
5.2.1 Saran Akademik	70
5.2.2 Saran Praktis.....	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Peneliti Terdahulu dengan Peneliti Sekarang.....	11
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Berbelanja	43
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
Tabel 4.7 Interbal Rata-rata Variabel Penelitian.....	46
Tabel 4.8 Nilai Rata-rata Variabel Familiarity	46
Tabel 4.9 Nilai Rata-rata Variabel Value.....	47
Tabel 4.10 Nilai Rata-rata Variabel Satisfaction	48
Tabel 4.11 Nilai Rata-rata Variabel Habit	49
Tabel 4.12 Nilai Rata-rata Variabel Repurchase Intention	50
Tabel 4.13 Pengujian Normalitas Univariat.....	52
Tabel 4.14 Pengujian Normalitas Multivariat.....	53
Tabel 4.15 Pengujian Validitas Indikator Penelitian.....	54
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Variabel Familiarity.....	55
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas Variabel Value	56
Tabel 4.18 Uji Reliabilitas Variabel Satisfaction.....	57
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas Variabel Habit.....	57

Tabel 4.20 Uji Reliabilitas Variabel Repurchase Intention.....	58
Tabel 4.21 Pengujian Model Penelitian	59
Tabel 4.22 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perkiraan Pengguna Internet.....	2
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

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memberikan banyak manfaat dan kemajuan diberbagai aspek. Semua proses kinerja bisnis meningkat dengan cepat di banyak aktivitas modern manusia, salah satunya dalam pengelolaan ritel modern, yang memungkinkan bisnis ritel untuk menyediakan produk, memberikan layanan, dan pemrosesan secara mudah dan instan, yang salah satunya bertujuan untuk menggugah niat pembelian ulang konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Familiarity, Value, Satisfaction, dan Habit terhadap Repeat Purchase Intention pada pelanggan Shopee di Surabaya.

Pada penelitian ini, kelima variabel dianalisis menggunakan analisis SEM LISREL 8.70. Objek dalam penelitian adalah Shopee di Surabaya. Sampel yang digunakan sebanyak 152 responden, dan teknik pengumpulan data menggunakan *purposive sampling*. Hasil analisis menunjukkan bahwa value memiliki pengaruh yang signifikan terhadap habit, namun familiarity dan satisfaction memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap habit, lalu value berpengaruh signifikan terhadap satisfaction, dan habit berpengaruh signifikan terhadap repurchase intention Shopee di Surabaya.

Kata Kunci: *Familiarity, Value, Satisfaction, Habit, Repurchase Intention*

ABSTRACT

The rapid development of technology provides many benefits and progress in various aspects. All business performance processes are increasing rapidly in many modern human activities. one of which is in the management of modern retail, which allows retail businesses to provide products, provide services, and easy and instantaneous processing, one of which aims to arouse the intention of repurchasing consumers. This study aims to determine the effect of Familiarity, Value, Satisfaction, and Habit on Repeat Purchase Intention on Shopee customers in Surabaya.

In this study, the five variables were analyzed using SEM LISREL 8.70 analysis. The object of the research is Shopee in Surabaya. The sample used is 152 respondents, and data collection techniques using purposive sampling. The result of analysis shows that value has significant influence on habit, but familiarity and satisfaction have no significant effect on habit, then value significant to satisfaction, and habit significantly influence to Shopee repurchase intention in Surabaya.

Keywords: *Familiarity, Value, Satisfaction, Habit, Repurchase Intention*