

**PENGARUH *SATISFACTION*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *TRUST*  
TERHADAP *STORE LOYALTY* DI CARREFOUR SURABAYA**



OLEH:

ELISABETH NANCY WIJAYA

3103008196

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2012

PENGARUH *SATISFACTION*, *PERCEIVED VALUE*, DAN  
*TRUST* TERHADAP *STORE LOYALTY* DI CARREFOUR  
SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

ELISABETH NANCY WIJAYA

3103008196

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2012

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elisabeth Nancy Wijaya

NRP : 3103008196

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Satisfaction*, *Perceived Value*, dan *Trust* terhadap *Store Loyalty* di Carrefour Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya tulis ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini di publikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library*) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

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

Surabaya, 21 Oktober 2012

Yang menyatakan,



(Elisabeth Nancy Wijaya)

# HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

## PENGARUH *SATISFACTION*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *TRUST* TERHADAP *STORE LOYALTY* DI CARREFOUR SURABAYA

Oleh:

Elisabeth Nancy Wijaya

3103008196

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si

Tanggal: 3 Okt 2012

Pembimbing II,



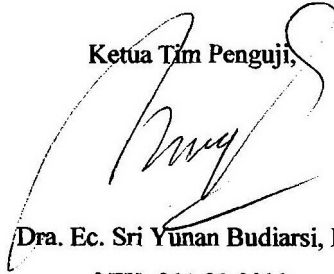
Anastasia Septawulandari, SE., M.Si

Tanggal: 12-10-2012,

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Elisabeth Nancy Wijaya NRP 3103008196  
Telah diuji pada tanggal 12 November 2012 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Ketua Tim Penguji,

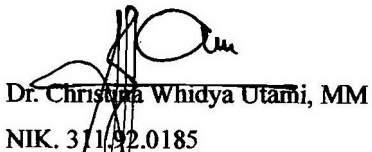


Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS

NIK. 311.83.0099

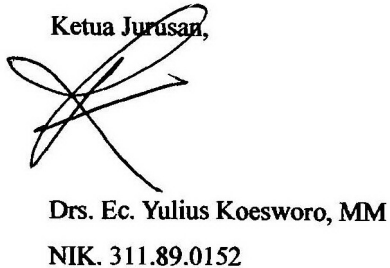
Mengetahui:

Dekan,



Dr. Christina Whidya Utami, MM  
NIK. 311.92.0185

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM  
NIK. 311.89.0152

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul Pengaruh *Satisfaction*, *Perceived Value*, dan *Trust*, terhadap *Store Loyalty* di Carrefour Surabaya, di mana tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen di fakultas ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan yang diberikan baik berupa moril maupun materiil selama proses penyusunan tugas akhir ini kepada:

1. Dr. Christina Whidya Utami MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Drs. Ec. Julius Koesworo MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Veronika Rahmawati, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing I yang telah banyak menyediakan waktu, tenaga, pikiran, dan bimbingannya dalam penulisan skripsi ini.
4. Anastasia Septawulandari, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing II yang telah banyak menyediakan waktu, tenaga, pikiran, dan bimbingannya dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis yang telah mendidik dan memberikan nasehat kepada penulis selama kuliah.
6. Kepada papa, mama, nenek, adik, dan saudara-saudara yang memberikan dukungan selama ini baik melalui doa, dukungan

moral, semangat, materiil, kasih sayang, serta nasehat yang berguna bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Semua sahabat dan teman-teman penulis terutama Edwin Chandra, LJH, Prilly Laurenthya Nugroho, Hill Hillary Golconda, Amelia Soegiarto, Ika Naryanti, Andrew The, Andrea Tanujaya, Hendra Hartanto, Eunike Karunia Sentosa, Lisa Yuliaty, Erick Danuraharja, Lia Intansari, Della Yunita, Melisa Sugiarto, Citra Purnamasari dan Feby Tan yang telah ikut memberikan semangat, bantuan, doa, dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Rekan-rekan lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu di sini, terima kasih atas segala doa, bantuan, dan dukungannya.

Penulis menyadari dengan segala keterbatasan kemampuan yang dimiliki, maka dalam penyelesaian Tugas Akhir ini terdapat banyak kekurangan-kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu diharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan dan dapat menjadi masukan untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, Oktober 2012

Penulis

# DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Akademik .....	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi .....	6
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b> .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Pengertian <i>Retailing</i> .....	11
2.2.2 Format Ritel.....	11
2.2.3 <i>Satisfaction</i> .....	12



2.2.4	<i>Perceived Value</i> .....	14
2.2.5	<i>Trust</i> .....	16
2.2.6	<i>Store Loyalty</i> .....	17
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	20
2.4	Model Penelitian .....	22
2.5	Hipotesis Penelitian.....	22
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
3.1	Desain Penelitian.....	24
3.2	Identifikasi Variabel .....	24
3.3	Definisi Operasional.....	25
3.3.1.	Variabel Independen .....	25
3.3.2.	Variabel Dependen .....	26
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	27
3.4.1.	Jenis Data .....	27
3.4.2.	Sumber Data.....	27
3.5	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	27
3.6	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.6.1.	Populasi Penelitian .....	28
3.6.2.	Sampel Penelitian .....	28
3.6.3.	Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.7	Teknik Analisis Data .....	29
3.8	Prosedur Pengujian Hipotesis.....	31
3.9	Uji t .....	32
<b>BAB 4.</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>33</b>
4.1.	Deskripsi Hasil Penelitian .....	33
4.1.1.	Karakteristik Responden .....	33
4.2.	Statistik Deskripsi Variabel-Variabel Penelitian .....	34
4.3.	Uji Instrumen.....	39

4.3.1. Uji Validitas.....	39
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	41
4.4. Teknik Analisis .....	42
4.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
4.4.2. Koefisien Determinasi Berganda .....	43
4.4.3. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi secara Parsial.....	43
4.4.4. Uji Asumsi Klasik .....	44
4.4.5. Uji Kesesuaian Model .....	46
4.4.6. Uji Hipotesis.....	47
4.5. Pembahasan .....	48
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1. Simpulan.....	51
5.2. Saran.....	51

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Akan Dilakukan .....	10
Tabel 4.1. Karakteristik Responden.....	33
Tabel 4.2. Interval Rata-Rata Skor .....	35
Tabel 4.3. Statistik Deskripsi Berdasarkan Variabel <i>Satisfaction</i> .....	35
Tabel 4.4. Statistik Deskripsi Berdasarkan Variabel <i>Perceived Value</i> ...	36
Tabel 4.5. Statistik Deskripsi Berdasarkan Variabel <i>Trust</i> .....	37
Tabel 4.6. Statistik Deskripsi Berdasarkan Variabel <i>Store Loyalty</i> .....	38
Tabel 4.7. Uji Validitas Variabel <i>Satisfaction</i> .....	40
Tabel 4.8. Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> .....	40
Tabel 4.9. Uji Validitas Variabel <i>Trust</i> .....	40
Tabel 4.10. Uji Validitas Variabel <i>Store Loyalty</i> .....	41
Tabel 4.11. Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.12. Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas .....	44
Tabel 4.14. Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas.....	46

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	22
Gambar 4.1. Hasil Pengujian Gejala Heteroskedatisitas.....	45

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner dan Input Data
- Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden
- Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 5. Interpretasi Koefisien Korelasi

# PENGARUH *SATISFACTION*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *TRUST* TERHADAP *STORE LOYALTY* DI CARREFOUR SURABAYA

## ABSTRAK

Berkembangnya usaha ritel di Indonesia saat ini menuntut perusahaan untuk memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan produk-produknya. Masing-masing *retailer* selalu berusaha memberikan hasil yang terbaik bagi konsumennya guna memberikan kepuasan kepada pelanggan. Selain itu, Carrefour selalu berupaya menciptakan nilai tambah kepada konsumen melalui berbagai macam cara agar konsumen tetap loyal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *satisfaction* terhadap *store loyalty*; (2) pengaruh *perceived value* terhadap *store loyalty*; (3) pengaruh *trust* terhadap *store loyalty*.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Responden dalam penelitian ini berasal dari konsumen yang ada di Surabaya yang pernah berbelanja di Carrefour Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *satisfaction* berpengaruh terhadap *store loyalty*; (2) *perceived value* berpengaruh terhadap *store loyalty*; (3) *trust* berpengaruh terhadap *store loyalty*.

**Kata kunci:** *Customer Satisfaction, Customer Perceived Value, Trust, Store Loyalty*

# **THE EFFECT OF SATISFACTION, PERCEIVED VALUE, AND TRUST TOWARD STORE LOYALTY IN CARREFOUR SURABAYA**

## **ABSTRACT**

*The development of retail business in Indonesia now requires companies to have the right strategy in marketing their products. Each retailer always try to give the best result to their customers in order to give satisfaction to the customer. In addition, Carrefour has always sought to create added value to consumers through a variety of ways for consumers to remain loyal. The aim of this research is to find out: (1) the influence of satisfaction on store loyalty; (2) the influence of perceived value on store loyalty; (3) the influence of trust on store loyalty.*

*Technical analysis of research using multiple linear regression analysis. Respondents in the research were from existing customers in Surabaya who have shopped at Carrefour Surabaya. The results showed that: (1) satisfaction influence on store loyalty; (2) perceived value influence on store loyalty; (3) trust influence on store loyalty.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Customer Perceived Value, Trust, Store Loyalty*