

**PENGARUH *SOCIAL SHOPPING*, *SHOPPING STATUS*
ENTERTAINMENT DAN *OVERALL QUALITY*
TERHADAP *LOYALTY* DIMEDIASI OLEH
CUSTOMER SATISFACTION DI PAPAYA FRESH
GALLERY SURABAYA**



OLEH :

GRACIA EKA CHRISTINE

3103015109

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

2020

PENGARUH *SOCIAL SHOPPING*, *SHOPPING STATUS*
ENTERTAINMENT DAN *OVERALL QUALITY* TERHADAP
LOYALTY DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION* DI
PAPAYA FRESH GALLERY SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

GRACIA EKA CHRISTINE

3103015109

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *SOCIAL SHOPPING*, *SHOPPING STATUS*
ENTERTAINMENT DAN *OVERALL QUALITY* TERHADAP
LOYALTY YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER*
SATISFACTION DI PAPAYA FRESH GALLERY SURABAYA**

Oleh:
GRACIA EKA CHRISTINE
3103015109

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhani, SE., M.Si

NIDN: 071604700

Tanggal:

Pembimbing II,



Deatri Arumsari Agung, SE.,M.Sc

NIDN: 0714128703

Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : GRACIA EKA CHRISTINE NRP 3103015109

Telah di uji pada tanggal 16 Juli 2020. dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji :



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

NIDN. 071604700

Mengetahui :

Dekan,

Ketua Jurusan,




Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA.

NIDN. 0713097203



Robertus Sigit Haribowo Lukito
CN=Robertus Sigit Haribowo
Lukito, OU=Head of
Management Department,
O=Widya Mandala Surabaya
Catholic University,
E=hod-manage@ukwms.ac.id
I am approving this document
Surabaya, East Java, IDN
2020-07-29 14:23:12

Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.SC

NIDN. 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Gracia Eka Christine

NRP : 3103015109

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Shopping*, *Shopping Status*, *Entertainment*, dan *Overall Quality* dengan *Customer Satisfaction* Terhadap *Loyalty* di Papaya Fresh Gallery Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah **ASLI** karya tulisan 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, 19 Juni 2020



(Gracia Eka Christine)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan atas berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya selama pengerjaan tugas akhir ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini berjudul “Pengaruh *Social Shopping, Shopping Status, Entertainment* dan *Overall Quality* Terhadap *Loyalty* dimediasi Oleh *Customer Satisfaction* di Papaya Fresh Gallery Surabaya”. Penulisan tugas akhir 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 tidak langsung. Oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhani, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Deatri Arumsari Agung, SE., M.Sc selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Keluarga saya yang telah memberikan dukungan penuh selama penelitian Tugas Akhir ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama proses perkuliahan.

7. Untuk Abednego Roby Anusha Putra yang selalu mendoakan saya untuk menyelesaikan studi ini dan selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan sehingga mampu berjuang kembali untuk menyelesaikan skripsi.
8. Untuk Felisitas Ivon Ramli, S.Psi yang selalu mendampingi dan memberikan semangat untuk terus berjuang dan selalu mendoakan yang terbaik.
9. Teman-teman peneliti yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti selama penelitian Tugas Akhir ini.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang turut berperan dalam membantu dan memberikan dukungan bagi peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari para pembaca akan sangat bermanfaat bagi peneliti. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membaca.

Surabaya, 19 Juni 2020,

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penelitian	11
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Loyalty</i>	13
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.1.3 <i>Overall Quality</i>	17
2.1.4 <i>Entertainment</i>	18
2.1.5 <i>Shopping Status</i>	19
2.1.6 <i>Social Shopping</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.3.1 <i>Pengaruh Social Shopping Terhadap Customer Satisfaction</i>	22
2.3.2 <i>Pengaruh Shopping Status Terhadap Customer Satisfaction</i>	22
2.3.3 <i>Pengaruh Entertainment Terhadap Customer Satisfaction</i>	23
2.3.4 <i>Pengaruh Overall Quality Terhadap Customer Satisfaction</i>	24
2.3.5 <i>Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Loyalty</i>	25
2.3.6 <i>Pengaruh Social Shopping, Shopping Status, Entertainment, Overall Quality Terhadap Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Mediator</i>	25
2.4 Model Penelitian.....	28
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	29

1. Social Shopping.....	30
2. Shopping Status.....	30
3. Entertainment	31
4. Overall Quality	31
5. Customer Satisfaction	32
6. Loyalty.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.5 Skala Pengukuran Variabel.....	33
3.6 Populasi, Sampel, Dan Teknik Penyampelan	34
3.7 Analisis Data	35
a. Uji Normalitas	35
b. Uji Kecocokan Keseluruhan Model	36
c. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	37
d. Uji Kecocokan Model Struktural	38
e. Uji Hipotesis.....	38

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	39
4.1.1 Usia	39
4.1.2 Jenis Kelamin.....	40
4.1.3 Pendidikan Terakhir	40
4.1.4 Pengeluaran Tiap Bulan	41
4.1.5 Pekerjaan	43
4.2 Karakteristik Responden	44
4.2.1 Statistik Deskriptif <i>Social Shopping</i>	44
4.2.2 Statistik Deskriptif <i>Shopping Status</i>	46
4.2.3 Statistik Deskriptif <i>Entertainment</i>	47
4.2.4 Statistik Deskriptif <i>Oerall Quality</i>	48
4.2.5 Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	49
4.2.6 Statistik Deskriptif <i>Loyalty</i>	50
4.3 Hasil Analisis Data.....	51
4.3.1 Uji Normalitas	51
4.3.2 Uji Validitas dan reabilitas	53
4.3.3 Uji Kecocokan Model Struktural.....	55
4.3.4 Uji Kecocokan Structural Equation Model	57
4.3.6 Uji Hipotesis.....	59
4.4 Pembahasan.....	61

BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 kesimpulan	67
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Saran Akademis	69
5.2.2 Saran Praktsi.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pertumbuhan Industri Ritel secara Global.....	2
Tabel 1.2 Pertumbuhan Gerai Ritel Modern di Indonesia	3
Tabel 1.3 Private Label	4
Tabel 1.4 Jumlah Gerai Papaya Fresh Gallery	5
Tabel 2.1 Perbandingan Antara Penelitian Terdahulu dengan Perbandingan Saat Ini	21
Tabel 4.1 Usia Responden.....	39
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	41
Tabel 4.4 Pemasukan Perbulan Responden.....	42
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	43
Tabel 4.6 Interval Rata-rata Skor	44
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Social shopping.....	45
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel shopping status	46
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel entertainment	47
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel overall quality	48
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel customer satisfaction	49
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel loyalty	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Multivariate Normality	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Univariate Normality	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Data	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Reabilitas	55
Tabel 4.17 Ikhtisar Goodness Of Fit.....	56
Tabel 4.18 Pengujian Hipotesis.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	28
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Hasil Kuesioner

Lampiran 3. Karakteristik Responden

Lampiran 4. Statistik Deskriptif

Lampiran 5. Uji Normalitas

Lampiran 6. Uji Validitas

Lampiran 7. Uji Reliabilitas

Lampiran 8 : Structural Equation Model (SEM)

ABSTRAK

Kemajuan ekonomi semakin pesat terjadi di beberapa negara di seluruh dunia. Hal ini memberikan dampak pada berkembangnya dunia bisnis secara global. Perkembangan bisnis tersebut membuat munculnya perusahaan yang bergerak di bidang industri ritel. Termasuk beberapa kota di Indonesia yang memiliki jumlah penduduk Jepang terbanyak, maka muncullah supermarket yang menyediakan bahan makanan Jepang untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari ataupun lokal seperti Papaya Fresh Gallery di Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *social shopping*, *shopping status*, *entertainment*, dan *overall quality* dengan *customer satisfaction* terhadap *loyalty* di Papaya Fresh Gallery Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Papaya Fresh Gallery di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan karakteristik pernah membeli atau mengunjungi Papaya Fresh Gallery di Surabaya. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 150 orang konsumen. Dengan menggunakan Lisrel 8.80 diperoleh kesimpulan yaitu *social shopping* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *shopping status* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *entertainment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *overall quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*, *social shopping* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai mediator, *shopping status* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai mediator, *entertainment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai mediator, *overall quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai mediator.

Kata Kunci: *Social Shopping, Shopping Status, Entertainment, Overall Quality, Customer satisfaction, Loyalty*

**THE EFFECT OF SOCIAL SHOPPING, SHOPPING STATUS
ENTERTAINMENT AND OVERALL QUALITY ON LOYALTY IS
MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION IN PAPAYA FRESH
GALLERY SURABAYA**

ABSTRACT

Economic progress has increased in several countries in the world. This has an impact on the development of the global business world. This business development makes the movement of companies engaged in the retail industry. Regarding several cities in Indonesia which have the highest number of Japanese population, a supermarket has emerged that provides Japanese food ingredients to meet daily or local needs such as Papaya Fresh Gallery in Surabaya. The purpose of this study is to study the effect of social shopping, shopping status, entertainment, and overall quality with customer satisfaction on loyalty at Papaya Fresh Gallery Surabaya. The population used in this study is customers of the Fresh Papaya Gallery in Surabaya. The sampling technique uses purposive sampling with characteristics that have been purchased or presented by Papaya Fresh Gallery in Surabaya. The number of samples issued was 150 consumers. By using Lisrel 8.80, it is concluded that social spending has a positive and significant effect on customer satisfaction, shopping status has a positive and significant effect on customer satisfaction, entertainers have a positive and significant effect on customer satisfaction, overall quality has a positive and significant effect. significant influence on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on loyalty, social spending has a positive and significant effect on loyalty through customer satisfaction as a mediator, shopping status has a positive and significant effect on loyalty through customer satisfaction as a mediator, entertainers have a positive and significant effect on loyalty through customer satisfaction as a mediator, overall quality has a positive and significant effect on loyalty through customer satisfaction as a mediator.

Key Words : *Social Shopping, Shopping Status, Entertainment, Overall Quality, Customer Satisfaction, Loyalty.*