

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP
PERCEIVED VALUE, *SATISFACTION* DAN *REPURCHASE*
INTENTION PADA *PRIVATE LABEL*
CARREFOUR BG JUNCTION SURABAYA**



OLEH:

PIETER KURNIAWAN

3103010012

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PERCEIVED VALUE*, *SATISFACTION* DAN *REPURCHASE INTENTION* PADA
PRODUK *PRIVATE LABEL* CARREFOUR BG JUNCTION
SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

PIETER KURNIAWAN

3103010012

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PERCEIVED VALUE*, *SATISFACTION* DAN *REPURCHASE INTENTION* PADA PRODUK *PRIVATE LABEL* CARREFOUR BG JUNCTION SURABAYA

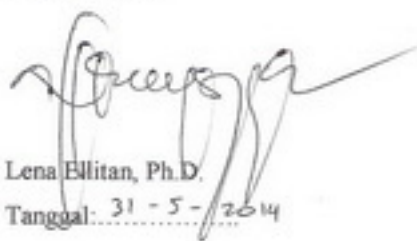
Oleh:

Pieter Kurniawan

3103010012

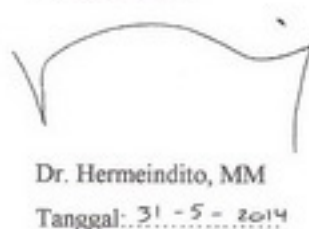
Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Lena Ellitan, Ph.D.
Tanggal: 31 - 5 - 2014

Pembimbing II,

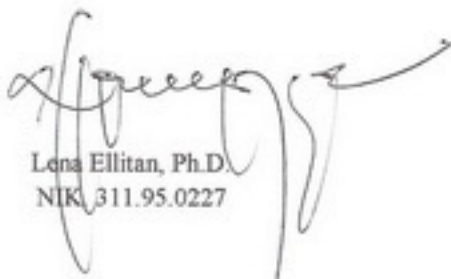


Dr. Hermeindito, MM
Tanggal: 31 - 5 - 2014

HALAMAN PENGESAHAN

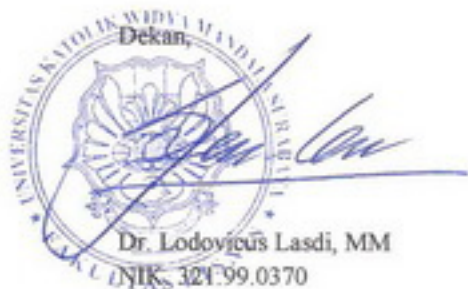
Skripsi yang ditulis oleh: PIETER KURNIAWAN, NRP: 3103010012 telah diuji pada tanggal 30 Juni 2014 dan dinyatakan lulus oleh:

Ketua Tim Penguji,



Lena Ellitan, Ph.D.
NIK. 311.95.0227

Mengetahui:



Dekan,
Dr. Lodovikus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si.
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pieter Kurniawan

NRP : 3103010012

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Perceived Quality* terhadap *Perceived Value*, *Satisfaction* dan *Repurchase Intention* pada Produk *Private Label Carrefour BG Junction Surabaya*

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, 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 Hak Cipta.

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

Surabaya, Juli 2014

g menyatakan



(Pieter Kurniawan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin dalam penyelesaian skripsi ini, namun penulis menyadari akan keterbatasan waktu, pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin selesai dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Lena Ellitan, Ph.D., selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Dr. Hermeindito, MM, selaku dosen pembimbing II atas kesabaran, pengetahuan, dan waktu yang telah diluangkan dalam memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis.
4. Kedua orang tua dan saudaraku yang selalu memberikan dukungan, doa, dan perhatian dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen matakuliah, serta teman-teman yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan saran dan semangat kepada penulis.

Akhir kata, dengan keterbatasan yang dimiliki maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Juni 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Deskripsi Teoritis	12
2.2.2. Kerangka Teoritis	26
2.3. Model Penelitian	31
2.4. Hipotesis Penelitian	31

BAB 3 METODE PENELITIAN	33
3.1. Jenis Penelitian	33
3.2. Identifikasi Variabel	33
3.3. Definisi Operasional Variabel	33
3.4. Jenis dan Sumber Data	36
3.4.1. Jenis Data	36
3.4.2. Sumber Data	36
3.5. Pengukuran Variabel	37
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	37
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.7.1. Populasi	37
3.7.2. Sampel	38
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel	38
3.8. Teknik Analisis Data	38
3.8.1. Uji Normalitas	38
3.8.2. Uji <i>Outliers</i>	39
3.8.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.8.4. Pengujian Kesesuaian Model	40
3.8.5. Uji Hipotesis	41
 BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 42
4.1. Karakteristik Responden	42
4.2. Statistik Deskriptif Indikator Penelitian	44
4.3. Analisis Data	47
4.3.1. Uji <i>Outliers</i>	48
4.3.2. Uji Normalitas	48
4.3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4.3.4. Pengujian Kesesuaian Model	52

4.4. Pengujian Model Struktural	55
4.5. Pengujian Hipotesis	57
4.6. Pembahasan	60
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Simpulan	67
5.2. Saran	68
5.3. Keterbatasan Penelitian	70

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Ini	11
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Jawaban Responden Penelitian	45
Tabel 4.6	<i>Outliers</i> Data Penelitian	48
Tabel 4.7	Uji Normalitas	49
Tabel 4.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
Tabel 4.9	Uji Kesesuaian Model	52
Tabel 4.10	Persamaan Struktural	56
Tabel 4.11	Pengujian Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	31
Gambar 4.1 Pengujian Hipotesis Penelitian	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Output Uji Outlier
- Lampiran 4 Output Normalitas
- Lampiran 5 Output Structural Equation Modeling
- Lampiran 6 Data Kuesioner

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PERCEIVED VALUE*, *SATISFACTION* DAN *REPURCHASE INTENTION* PADA
PRODUK *PRIVATE LABEL* CARREFOUR BG JUNCTION
SURABAYA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived quality* terhadap *perceived value*, *satisfaction* dan *repurchase intention* pada produk *private label* Carrefour BG Junction Surabaya. *Perceived value* dalam penelitian ini terdiri atas *functional value*, *monetary value*, *emotional value* dan *social value*. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 200 responden yang dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program LISREL. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived quality* berpengaruh positif terhadap *perceived functional value*, *monetary value*, *emotional value* dan *social value*. *Perceived functional value*, *monetary value*, *emotional value* dan *social value* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*. *Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* produk *private label* Carrefour BG Junction Surabaya.

Kata kunci: *private label*, *perceived quality*, *perceived value*, *satisfaction* dan *repurchase intention*

THE EFFECT OF PERCEIVED QUALITY TOWARD PERCEIVED VALUE, SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION ON PRIVATE LABEL PRODUCT OF CARREFOUR BG JUNCTION SURABAYA

ABSTRACT

This research aimed to know the effect of perceived quality toward perceived value, satisfaction and repurchase intention on private label products of Carrefour BG Junction Surabaya. Perceived value in this research consists of functional value, monetary value, emotional value and social value. The samples in this research were 200 respondents which analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of program LISREL. The results showed that perceived quality has a positive effect on perceived functional value, monetary value, emotional value and social value. Perceived functional value, monetary value, emotional value and social value has a positive effect on satisfaction. Satisfaction has a positive effect on repurchase intention of private label products Carrefour BG Junction Surabaya.

Keywords: private label, perceived quality, perceived value, satisfaction and repurchase intention