

**PENGARUH STORE IMAGE DAN PERCEIVED SERVICE QUALITY  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN REPURCHASE  
INTENTION PADA KONSUMEN ACE HARDWARE SURABAYA**

**SKRIPSI S-1**



**OLEH:**

**DONNY CANDRA**

**3103011047**

**FAKULTAS BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016**

**PENGARUH STORE IMAGE DAN PERCEIVED SERVICE QUALITY  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN REPURCHASE  
INTENTION PADA KONSUMEN ACE HARDWARE SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

Untuk memenuhi sebagai persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

oleh:

DONNY CANDRA

3103011047

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

### **SKRIPSI S-1**

**PENGARUH STORE BRAND IMAGE DAN PERCEIVED SERVICE  
QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN  
REPURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN ACE HARDWARE  
SURABAYA**

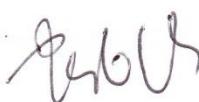
Oleh:

**DONNY CANDRA**

3103011047

Telah disetujui dan diterima untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I



Elisabeth Supriharyanti,SE.M.Si

Tanggal:.....

Pembimbing II



DRA.EC. Ani Suhartatik, MM

Tanggal:.....

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama: Donny Candra

NRP : 3103011047

Menyetuji skripsi/karya ilmiah saya:

**PENGARUH STORE IMAGE DAN PERCEIVED SERVICE QUALITY  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN REPURCHASE  
INTENTION PADA KONSUMEN ACE HARDWARE SURABAYA**

Untuk 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 persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Januari 2016

Yang menyatakan



(Donny Candra)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Donny Candra NRP 3103011047

Telah diuji pada tanggal 30 Januari, 2016 dan dinyatakan lulus  
oleh Tim penguji

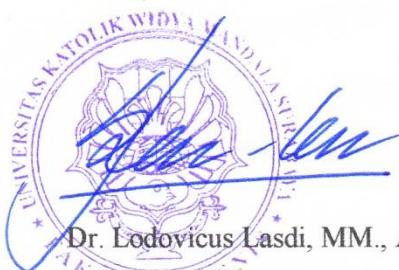
Ketua Tim Penguji:

Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

NIK. 311.95.0228

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,

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

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Perceived Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Repurchase Intention* Pada Konsumen Ace Hardware di Surabaya”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyanti,SE.M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Elisabeth Supriharyanti,SE.M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir.
4. DRA.EC. Ani Suhartatik, MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir.

5. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
6. Orang tua, dan saudara yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman dalam memberikan doa, semangat, waktu, dan sebagainya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuananya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna , mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu, penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 14 Januari 2016



Donny Candra

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN.....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	v
<b>DAFTAR ISI.....</b>	vi
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	xii
<b>ABSTRAK.....</b>	xiii
<b>ABSTRACT.....</b>	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. <i>Store Image</i> .....	9
2.2.2. <i>Perceived Service Quality</i> .....	10
2.2.3. <i>Customer Satisfaction</i> .....	12
2.2.4. <i>Repurchase Intention</i> .....	15
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	16
2.3.1. Hubungan <i>StoreImage</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	16
2.3.2. Hubungan <i>Percived Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	17
2.3.3. Hubungan antara <i>Store Image</i> dengan <i>Repurchase Intention</i> .....	17
2.3.4. Hubungan <i>Perceived Service Quality</i> dengan <i>Repurchase Intention</i> .....	18
2.3.5. Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Repurchase Intention</i> .....	18
2.4. Model penelitian.....	19

2.5. Hipotesis.....	19
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	20
3.2. Identifikasi Variabel.....	20
3.3. Definisi Operasional.....	20
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	22
3.4.1. Jenis Data.....	22
3.4.2. Sumber Data.....	22
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	23
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	23
3.6.1. Alat Pengumpulan Data.....	23
3.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	23
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.7.1. Populasi.....	24
3.7.2. Sampel.....	24
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.8. Analisis Data.....	29
3.8.1. Uji Validitas.....	25
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	25
3.8.3. Prosedur Penggunaan SEM.....	25
3.8.4. Prosedur Pengujian Model SEM.....	25
3.8.5. Pengujian Hipotesis.....	28
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
4.1. Deskripsi Data.....	28
4.2. Karakteristik Responden.....	29
4.3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	32
4.4. Analisis Data.....	34
4.4.1. Uji Normalitas Data.....	34
4.4.2. <i>Measurement Model Fit</i> .....	35
4.4.3. <i>Overall Model Fit</i> .....	39
4.4.4. Structural Model Fit.....	41
4.4.5. Pengujian Hipotesis.....	42
4.5. Pembahasan.....	44
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>49</b>
5.1. Simpulan.....	49
5.2. Saran.....	51
5.2.1. Saran Praktis.....	51

5.2.2. Saran Teoritis..... 52

**DAFTAR KEPUSTAKAAN**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah belanja.....	29
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Berbelanja.....	30
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	30
Tabel 4.6. Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	31
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	31
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	32
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	32
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	33
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	34
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	35
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk <i>Brand Image</i> .....	37
Tabel 4.15. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk <i>Perceived Quality</i> .....	38
Tabel 4.16. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk <i>Customer Satisfaction</i> .....	38
Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk <i>Repurchase Intention</i> .....	39
Tabel 4.18. <i>Goodness of Fit</i> .....	39
Tabel 4.19. Uji Hipotesis.....	42
Tabel 4.20. Hasil Pengaruh Antar Variabel.....	43

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Model Penelitian.....	19
-----------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden
- Lampiran 3. Hasil SEM
- Lampiran 4. Gambar

### ***Abstract***

*One of the retail product categories with home improvement mainstay product category is engineering equipment. A wide variety of brands, models , price offered makes consumers have many choices. These conditions make the big companies make attractive offers on their products and make an innovative products . Ace Hardware Indonesia is a successful retail business in comparison with Ace Hardware in other countries . Ace Hardware is rewarded top brand 's performance by Indonesia's government. This research using SEM (Structural Equation Modeling) and took 150 respondents. The result of this research showed that all exogenous variables are positively impact on the endogenous variables.*

***Keyword: Store Image, Perceived Service Qualit, Perceived Service Quality, Customer Satisfaction, Store Image, Repurchase Intention***

## **Abstrak**

Salah satu produk ritel dengan kategori home improvement dengan andalan kategori produknya adalah peralatan teknik. Berbagai macam merek, model, harga yang ditawarkan membuat konsumen mempunyai banyak pilihan yang membuat calon pembeli ini kebingungan. Kondisi ini membuat perusahaan-perusahaan besar membuat penawaran yang menarik pada produk yang diluncurkan dengan keunikan tersendiri dan sesuai dengan selera konsumen. Ace Hardware di Indonesia termasuk bisnis yang sukses dibandingkan dengan perkembangan Ace Hardware di negara-negara lain. Kesuksesan Ace Hardware mudah terlihat dari kinerja merek, pangsa pasar, maupun kinerja keuangannya. Merek Ace Hardware adalah merek Top Brand di kategorinya dan cukup jauh dibandingkan dengan indeks dari para pesaing. Kinerja keuangannya juga sangat baik. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SEM dan mengambil sampel sebanyak 150 responden. Hasil penelitian menunjukkan seluruh variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen.

***Keyword:*** *Store Image, Perceived Service Qualit, Perceived Service Quality, Customer Satisfaction, Store Image, Repurchase Intention*