

PENGARUH *CONSUMER SHOPPING VALUE* TERHADAP *WORD OF MOUTH* MELALUI KEPUASAN PADA TOKO *SPORT STATION* DI SURABAYA



OLEH :
ELISABETH PRASETYA
3103013147

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

PENGARUH *COSTUMER SHOPPING VALUE* TERHADAP *WORD OF MOUTH* MELALUI KEPUASAN PADA TOKO *SPORT STATION* DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

ELISABETH PRASETYA

3103013147

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elisabeth Prasetya
NRP : 3103013147
Judul Skripsi : Pengaruh *Consumer Shopping Value*
Terhadap *Word of Mouth* melalui kepuasan
Pada toko *Sport Station* 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) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 1 Februari 2017
Yang menyatakan


(.....Elisabeth Prasetya.....)

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *CONSUMER SHOPPING VALUE* TERHADAP *WORD OF MOUTH* MELALUI KEPUASAN PADA TOKO *SPORT STATION* DI SURABAYA

OLEH :
ELISABETH PRASETYA
3103013147

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE.,
M.Si

Tanggal: 5 Januari 2017

Dosen Pembimbing II,



Veronika Rahmawati, SE.,
M.Si

Tanggal: 11 Januari 2017

HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi yang ditulis oleh: Elisabeth Prasetya NRP: 3103013147.
Telah diuji pada tanggal 25 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Margaretha Ardhanari, M.Si

Mengetahui:

Dekan

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

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, S.E., M.Si.
NIK. 311.99.0369

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan penyertaanNya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Bapak *Robertus Sigit* H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar membagikan ilmu pengetahuan serta membimbing dan memberi pengarahan dengan baik dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini
4. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar membagikan ilmu pengetahuan serta membimbing dan memberi pengarahan dengan baik dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, khususnya Bapak dan Ibu dosen rumpun Manajemen Ritel yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan.

6. Ibu, kakak laki-laki, Yovan Santoso, Papa, dan Olivia Harjono yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman tercinta Dewi Aminati dan Silvia Ernita teman-teman kuliah lainnya yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa.
8. Semua pihak yang tidak penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala dukungan, semangat, dan doa.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya.

Surabaya, 1 Februari 2017

Elisabeth Prasetya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. <i>Word of Mouth</i>	12
2.2.2. <i>Satisfaction</i>	13
2.2.3. <i>Consumer Shopping Value</i>	14

2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	17
2.3.1.	Pengaruh <i>Hedonic Shopping Value</i> terhadap Kepuasan.....	17
2.3.2.	Pengaruh <i>Utilitarian Shopping Value</i> terhadap Kepuasan.....	18
2.3.3.	Pengaruh terhadap <i>Word of Mouth</i>	18
2.3.4.	Pengaruh <i>Hedonic Shopping Value</i> terhadap <i>Word of Mouth melalui Kepuasan</i>	19
2.3.5.	Pengaruh Pengaruh <i>Utilitarian Shopping Value</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> melalui Kepuasan.....	20
2.4.	Model Penelitian	21
2.5.	Hipotesis.....	21
BAB 3. METODE PENELITIAN		22
3.1.	Jenis Penelitian.....	22
3.2.	Identifikasi Variabel.....	23
3.3.	Definisi Operasional Variabel	22
3.3.1.	<i>Utilitarian Shopping Value</i>	22
2.2.1.	<i>Hedonic Shopping Value</i>	23
2.2.1.	<i>Satisfaction</i>	23
2.2.1.	<i>Word of Mouth</i>	24
3.4.	Jenis dan Sumber Data	24
3.4.1.	Jenis Data	24
3.4.2.	Sumber Data	25
3.5.	Pengukuran Variabel	25
3.6.	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.6.1.	Alat Pengumpulan Data	26
3.7.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data	26

3.7.1. Populasi.....	26
3.7.2. Sampel	26
3.7.3. Teknik Pengumpulan Data	26
3.8. Teknik Analisis Data.....	27
3.8.1. Uji Normalitas	27
3.8.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.8.3. Pengujian Kesesuaian Model	28
3.8.4. Persamaan Struktural	29
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1. Karakteristik Responden	30
4.2. Statistik Deskriptif Indikator Variabel-Variabel Penelitian	34
4.2.1. Statistik Deskriptif Indikator <i>Utilitarian Shopping Value</i>	35
4.2.2. Statistik Deskriptif Indikator <i>Hedonic Shopping Value</i>	36
4.2.3. Statistik Deskriptif Indikator Kepuasan.....	36
4.2.3. Statistik Deskriptif Indikator <i>Word of Mouth</i>	37
4.3. Analisis Data.....	37
4.3.1. Uji Normalitas	38
4.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
4.3.3. Pengujian Kesesuaian Model	41
4.3.4. Persamaan Struktural	42
4.3.5. Pengujian Hipotesis.....	43
4.5. Pembahasan	44
4.5.1. Pengaruh <i>Utilitarian Shopping Value</i> terhadap Kepuasan	45

4.5.2. Pengaruh <i>Hedonic Shopping Value</i> terhadap Kepuasan.....	46
4.5.2. Pengaruh Kepuasan terhadap <i>Word of Mouth</i>	47
4.5.2. Pengaruh <i>Utilitarian Shopping Value</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> melalui Kepuasan.....	48
4.5.2. Pengaruh <i>Hedonic Shopping Value</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> melalui Kepuasan.....	49
BAB 5. SIMPULAN.....	50
5.1. Simpulan.....	50
5.2. Saran	51
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
<u>Tabel 2.1</u> Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini.....	8
<u>Tabel 4.1</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
<u>Tabel 4.2</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
<u>Tabel 4.3</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
<u>Tabel 4.4</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	35
<u>Tabel 4.5</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	35
<u>Tabel 4.6</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Pekerjaan.....	36
<u>Tabel 4.7</u> Interval Penilaian	37
<u>Tabel 4.8</u> Statistik Deskriptif Faktor Kepribadian	38
<u>Tabel 4.9</u> Statistik Deskriptif Pelatihan	39
<u>Tabel 4.10</u> Statistik Deskriptif Keterlibatan Kerja.....	41
<u>Tabel 4.11</u> Uji Validitas.....	42
<u>Tabel 4.12</u> Uji Reliabilitas	43
<u>Tabel 4.13</u> Koefisien Determinasi	44
<u>Tabel 4.14</u> Statistik Deskriptif Variabel-Variabel Penelitian.....	45
<u>Tabel 4.15</u> Analisis Regresi Berganda.....	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Statistik Deskriptif
- Lampiran 4. Uji Validitas
- Lampiran 5. Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Teknik Analisis Data
- Lampiran 7. *Standardized Solution*
- Lampiran 8. *Goodness of Fit Statistics*
- Lampiran 9. *Structural Equation*
- Lampiran 10. *Indirect Effects Structural*
- Lampiran 11. *Syntax*

ABSTRAK

Pola konsumsi masyarakat saat ini meningkat cukup tinggi toko ritel pun menjadi sasaran masyarakat Indonesia untuk menghabiskan waktu belanjanya. Banyak strategi-strategi peritel yang harus digunakan untuk tetap memikat konsumen belanja Dalam model perilaku yang berkembang pada saat ini ada dua pendekatan dalam memberikan kepuasan konsumen, yaitu pendekatan nilai belanja *utilitarian* dan pendekatan nilai belanja hedonis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *consumer shopping value* terhadap *word of mouth* melalui kepuasan. Dalam penelitian ini, ketiga variabel tersebut dianalisis menggunakan analisis SEM melalui uji asumsi SEM dengan program Lisrel. Populasi penelitian ini adalah semua orang yang pernah melakukan transaksi pada toko *Sport Station* dan jumlah sampel penelitian ini adalah 97 responden yang di sebar di sekitar Surabaya. Objek penelitian ini pada toko *Sport Station* Surabaya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling *non Probability* dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *consumer shopping value* berpengaruh terhadap *word of mouth* melalui kepuasan pada konsumen di toko *Sport Station Surabaya*, dengan demikian hipotesis didukung.

Kata Kunci: *Utilitarian Shopping Value, Hedonic Shopping Value, Kepuasan, Word of Mouth*

ABSTRACT

Consumption patterns are now rising high enough retail stores was the subject of the Indonesian people to spend time shopping. Many strategies retailers should be used to keep entice consumers shopping in behavioral model developed at this time there are two approaches in delivering customer satisfaction, which is a value approach shopping utilitarian and approaches the value of shopping hedonic This study aims to determine the effect of consumer shopping value against word of mouth through satisfied. In this study, three variables were analyzed using SEM analysis through assumption test SEM with lisrel program. The study population was all the people who ever make transactions at the shop Sport Station and the amount of the sample is 97 respondents in scattered around Surabaya. The object of this research at the shop Sport Station Surabaya. The technique used in this research is non probability sampling technique was purposive sampling method. The results showed that the effect on the consumer shopping value word of mouth through satisfied customers in the store at Sport Station Surabaya, so the hypothesis is supported.

Key Word : Utilitarian Shopping Value, Hedonic Shopping Value, Satisfaction, Word of Mouth