



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED PRODUCT QUALITY*,
PHYSICAL QUALITY, *STAFF BEHAVIOUR*, DAN *PERCEIVED
PRICE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* SERTA
*IMPLIKASINYA TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION***

(Suatu Studi Pada Gerai G2000 Mall Taman Anggrek)

SKRIPSI



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)

Bernard Yonathan

10130110050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED PRODUCT QUALITY*, *PHYSICAL QUALITY*, *STAFF BEHAVIOUR*, DAN *PERCEIVED PRICE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*

(Suatu Studi Pada Gerai G2000 Mall Taman Anggrek)

Disusun Oleh :

Nama : Bernard Yonathan

NIM : 10130110050

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Tangerang, 4 Mei 2016

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen

(Trihadi Pudiawan Erhan, S. E., M.S.E.)

(Dewi Wahyu Handayani, S. E., M.M)

Dosen Penguji

Ketua Sidang Skripsi

(Purmaningsih, S. E., M.S.M)

(Anna Riana Putriya, S. E., M.Si)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya :

Nama : Bernard Yonathan

Nim : 10130110050

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan SKRIPSI:

Judul : Analisis Pengaruh *Perceived Product Quality*, *Physical Quality*, *Staff Behaviour*, dan *Perceived Price* Terhadap *Customer Satisfaction* Serta Implikasinya terhadap *Repurchase Intention*
(Suatu Studi Pada Gerai G2000 Mall Taman Anggrek)

Periode : 2015-2016

Dosen Pembimbing : Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E.

Laporan skripsi merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan tugas akhir ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di daftar pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan tugas akhir maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi berdasarkan peraturan yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 10 Mei 2016

Bernard Yonathan

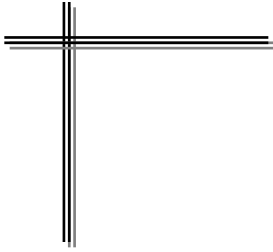
ABSTRAK

Pakaian merupakan barang kebutuhan primer atau kebutuhan pokok manusia. Seiring perkembangan zaman pakaian mengalami perubahan sesuai dengan *trend* atau *lifestyle* yang sedang populer di kalangan masyarakat khususnya masyarakat yang peduli akan penampilan mereka dari segi *fashion*. Saat ini *trend fashion* telah menjangkau semua kalangan masyarakat yaitu kalangan masyarakat yang berusia muda hingga dewasa yang ingin tampil gaya. Salah satu *brand fashion* yang cukup terkenal adalah G2000 yang merupakan salah satu *brand fashion* yang telah tersebar di beberapa negara.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui jika niat pelanggan untuk membeli produk G2000 kembali (*Repurchase Intention*) dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*). Model teoritis penelitian dalam penelitian ini disampaikan dengan 5 hipotesis yang akan diuji menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Sampel penelitian ini adalah 125 responden yang terdiri dari pria atau wanita yang berusia minimal 20 tahun, mengetahui *brand* G2000, dan pernah membeli produk G2000 di gerai G2000 Mall Taman Angrek sebanyak 1 kali.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *Perceived Product Quality*, *Physical Quality*, *Staff Behaviour*, dan *Perceived Price* terhadap *Customer Satisfaction* dan terdapat pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention*.

Kata kunci : *Trend Fashion*, *Lifestyle*, *Brand*, *Perceived Product Quality*, *Physical Quality*, *Staff Behaviour*, *Perceived Price*, *Customer Satisfaction*, *Repurchase Intention*.



HALAMAN PERSEMBAHAN

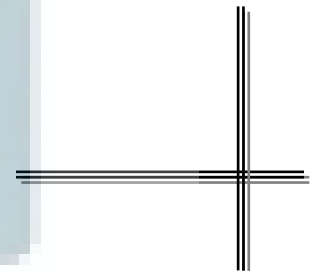
“Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan” (Amsal 1:7)

*Bahagia itu adalah ketika
kita melihat kedua orangtua
menatap sambil tersenyum*

Sebuah karya kecil ini kupersembahkan untuk Papa dan Mama tercinta yang setiap ucapannya adalah Doa dan curahan kasih sayangnya adalah semangat bagi penulis.

*Pertolongan-Mu Begitu Ajaib,
Disaat aku tak sanggup lagi,
Disitu Tangan-Mu bekerja...*

UMMN



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Pengasih atas berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan pengetahuan, kekuatan dan kesempatan kepada penulis, sehingga mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Adapun judul tugas akhir ini adalah “Analisis Pengaruh *Perceived Product Quality, Physical Quality, Staff Behaviour*, dan *Perceived Price* Terhadap *Repurchase Intention* Serta Implikasinya Terhadap *Customer Satisfaction* (Studi Kasus Pada Gerai G2000 Mall Taman Anggrek)”.

Skripsi ini dibuat sebagai dokumentasi dari Skripsi yang dikerjakan dan disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Strata satu (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis dalam menyusun skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan yang kemudian berpengaruh terhadap kesempurnaan penyusunan usulan penelitian ini, namun berkat dorongan dari berbagai pihak, maka segala hambatan dan kesulitan tersebut secara bertahap dapat penulis hadapi.

Selain itu, penulis juga mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan petunjuk sehingga dapat menyusun skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang sangat baik dan selalu menyatakan Mujizat-Nya dalam kehidupan saya.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberi dukungan doa dan semangat selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, waktu, dan dukungan moril dalam membimbing penulis selama pembuatan skripsi ini.
4. Bapak Willy Yonathan, Selaku Manajer Keuangan PT. Triduaribu Bersatu dan Ibu Erna Anggraini, Selaku HRD PT Trisula yang telah memberi kesempatan penulis untuk melakukan penelitian di Perusahaan PT. Triduaribu Bersatu dan selalu membantu memberikan informasi kepada peniliti secara detail sehingga dapat memenuhi data penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Anna Riana Putriya, S. E., M.Si. selaku Ketua Sidang dan Ibu Purmaningsih, S. E., M.S.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan kepada penulis sehingga penulis menjadi lebih mengerti dan penulis dapat mengoreksi kembali kekurangan dalam penelitian ini, serta memberikan arahan selama proses jalannya sidang sehingga dapat berjalan dengan lancar, memberikan bimbingan, pengetahuan, dan nasihat selama penulis duduk di bangku perkuliahan dan menyusun skripsi.
6. Ibu Dewi Wahyu Handayani, S. E., M. M selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dan nasihat selama penulis duduk di bangku perkuliahan dan dalam penyusunan laporan skripsi.
7. Adikku tersayang Felix yang sudah sangat baik dalam segala hal dan selalu memberikan dukungan, semangat kepada penulis dalam perkuliahan.
8. Terima kasih buat teman-teman “The Chosen” terutama buat Uchat, Adi Jo, Ci Michelle, Kak Daniel yang sudah banyak membantu dan memberi dukungan dan doa dalam proses pembuatan skripsi ini .
9. Terima kasih buat Edwin Wansuseno, Robin Thomas, Alfred Henza, dan Ricky Ardian Koty yang sudah membantu dan menemani penulis dalam menyusun skripsi ini.
10. Terima kasih buat Nova yang selalu membantu memberi semangat dan doa bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih buat semua teman-teman “End’ DT” (komunitas RC Drift) terutama buat Om Dhani, Zulmy, dan Om Dimas yang sudah memberikan dukungan serta doa dalam kelancaran penulisan skripsi ini.

Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat. Penulis menyadari akan keterbatasan pengetahuan, kemampuan, wawasan serta waktu yang penulis miliki, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca demi kesempurnaan penulisan Skripsi ini di masa mendatang.

Akhir kata dengan rasa syukur dan beriring doa kepada Tuhan Yang Maha Pengasih, penulis memohon segala ilmu pengetahuan yang telah penulis peroleh selama ini dapat bermanfaat bagi kita semua (Amin).

Tangerang, 10 Mei 2016

Bernard Yonathan

NIM : (10130110050)

UMMN

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
ABSTRAKSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Batasan Masalah	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>Marketing</i>	18
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	19
2.1.3 Ritel.....	20
2.1.4 <i>Perceived Product Quality</i>	21

2.1.5 <i>Physical Quality</i>	22
2.1.6 <i>Staff Behaviour</i>	22
2.1.7 <i>Perceived Price</i>	23
2.1.8 <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.1.9 <i>Repurchase Intention</i>	25
2.2 HIPOTESIS PENELITIAN.....	26
2.2.1 Hubungan Antara <i>Perceived Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.2.2 Hubungan Antara <i>Physical Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.2.3 Hubungan Antara <i>Staff Behaviour</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.2.4 Hubungan Antara <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.2.5 Hubungan Antara <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	29
2.3 MODEL PENELITIAN.....	31
2.4 PENELITI SEBELUMNYA.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	44
3.2 PRODUK PT. TRISULA.....	47
3.3 DESAIN PENELITIAN.....	53
3.4 PROSEDUR PENELITIAN.....	54
3.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN.....	55
3.5.1 <i>Sampel Unit</i>	56
3.5.2 <i>Time Frame</i>	56
3.5.3 <i>Sampel Size</i>	56
3.5.4 <i>Sampling Technique</i>	57

3.6 Definisi Operasional	58
3.7 TEKNIK PENGOLAHAN dan METODE ANALISA DATA	67
3.7.1 UJI INSTRUMEN UNTUK <i>PRE-TEST</i>	67
3.7.1.1 UJI VALIDITAS	68
3.7.1.2 UJI RELIABILITAS.....	68
3.7.2 METODE ANALISIS DATA DENGAN <i>SEM</i>	69
3.7.2.1 <i>CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS MODEL (CFA MODEL)</i>	70
3.7.2.2 KECOCOKAN KESELURUHAN MODEL.....	70
3.7.2.3 KECOCOKAN MODEL PENGUKURAN.....	74
3.7.2.4 KECOCOKAN MODEL STRUKTURAL.....	75
3.8 MODEL PENGUKURAN.....	77
3.8.1 MODEL PENGUKURAN <i>PERCEIVED PRODUCT QUALITY</i>	78
3.8.2 MODEL PENGUKURAN <i>PHYSICAL QUALITY</i>	79
3.8.3 MODEL PENGUKURAN <i>STAFF BEHAVIOUR</i>	80
3.8.4 MODEL PENGUKURAN <i>PERCEIVED PRICE</i>	81
3.8.5 MODEL PENGUKURAN <i>CUSTOMER SATISFACITON</i>	82
3.8.6 MODEL PENGUKURAN <i>REPURCHASE INTENTION</i>	83
3.9 MODEL KESELURUHAN PENELITIAN	84
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Profil Responden.....	85
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	85
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	86
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Profesi	87
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	88

4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Keperluan <i>Fashion</i>	89
4.1.6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Produk Yang Dibeli.....	90
4.2 Analisis Deskriptif	91
4.2.1 <i>Perceived Product Quality</i>	92
4.2.2 <i>Physical Quality</i>	93
4.2.3 <i>Staff Behaviour</i>	94
4.2.4 <i>Perceived Price</i>	96
4.2.5 <i>Customer Satisfaction</i>	97
4.2.6 <i>Repurchase Intention</i>	98
4.3 Uji Instrumen	99
4.3.1 Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	99
4.3.2 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	102
4.3.3 Uji Validitas	103
4.3.4 Uji Reliabilitas	111
4.4 UJI MODEL.....	112
4.4.1 Hasil Analisis Model Pengukuran	114
4.4.2 Hasil Analisis Model Struktural.....	114
4.5 Pembahasan.....	120
4.5.1 Pengaruh <i>Perceived Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	120
4.5.2 Pengaruh <i>Physical Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	120
4.5.3 Pengaruh <i>Staff Behaviour</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	121
4.5.4 Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	121
4.5.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	121
4.6 IMPLIKASI MANAJERIAL.....	122

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	128
5.1 KESIMPULAN.....	128
5.2 SARAN.....	129
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	129
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	130
LAMPIRAN.....	xvii
DAFTAR PUSTAKA.....	xviii



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 GDP per Kapita Indonesia	3
Gambar 1.2 Proyeksi Laju Pertumbuhan <i>Middle Class</i>	4
Gambar 2.1 Proses Rantai Pasok	20
Gambar 2.2 Model Penelitian	31
Gambar 3.1 Logo Produk Merek PT. Trisula International. Tbk	44
Gambar 3.2 Kemeja G2000	48
Gambar 3.3 Kaos Berkerah Bertema Olahraga Jack Nicklaus	49
Gambar 3.4 Topi Jack Nicklaus	49
Gambar 3.5 UniAsia Uniform	50
Gambar 3.6 G2000 Untuk Pria	51
Gambar 3.7 G2000 Untuk Wanita	52
Gambar 3.8 Model Pengukuran <i>Perceived Product Quality</i>	78
Gambar 3.9 Model Pengukuran <i>Physical Quality</i>	79
Gambar 3.10 Model Pengukuran <i>Staff Behaviour</i>	80
Gambar 3.11 Model Pengukuran <i>Perceived Price</i>	81
Gambar 3.12 Model Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	82
Gambar 3.13 Model Pengukuran <i>Repurchase Intention</i>	83
Gambar 3.14 Model Keseluruhan Penelitian (<i>Path Diagram</i>)	84
Gambar 4.1 <i>Path Diagram</i> Data Keseluruhan <i>Standard Solution</i>	104
Gambar 4.2 <i>Path Diagram</i> Data Keseluruhan <i>T-Values</i>	105
Gambar 4.3 <i>Path Diagram Estimates</i>	115
Gambar 4.4 <i>Path Diagram T-Values</i>	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Dunia	1
Tabel 1.2 GDP Industri Pengolahan Tahun 2010-2014	5
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional	59
Tabel 3.2 Perbandingan Ukuran <i>GOF Absolute Fit Measure</i>	72
Tabel 3.3 Perbandingan Ukuran <i>GOF Incremental Fit Measure</i>	73
Tabel 3.4 Perbandingan Ukuran <i>GOF Parsimonious Fit Measure</i>	74
Tabel 4.1 Kategori <i>Mean</i> Dari Skor Interval Kelas	91
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Product Quality</i>	92
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Physical Quality</i>	93
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Staff Behaviour</i>	94
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Price</i>	96
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	97
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i>	98
Tabel 4.8 Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	99
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	102
Tabel 4.10 Uji Validitas Sampel Besar (125 Responden)	106
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Sampel Besar (125 Responden).....	111
Tabel 4.12 Tabel Uji Model.....	112
Tabel 4.13 Hasil Analisis Model Struktural	117

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data Penjualan G200 Tahun 2014-2015 (Januari – Agustus) Di Mall Taman Angrek.....	8
Grafik 4.1 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Grafik 4.2 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	86
Grafik 4.3 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Profesi.....	87
Grafik 4.4 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Domisili	88
Grafik 4.5 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Untuk <i>Fashion</i>	89
Grafik 4.6 Frekuensi Produk yang Dibeli	88

UMMN

LAMPIRAN

LAMPIRAN I SPSS Kuisisioner Data <i>Pre-Test</i>	xxvi
LAMPIRAN II SPSS Kuisisioner Data Besar.....	xxvii
LAMPIRAN III <i>Output Pre-Test</i> Menggunakan <i>Factor Analysis</i> (SPSS ver. 20)...	xxviii
LAMPIRAN IV Hasil Analisis LISREL 8.8	xxxiv
LAMPIRAN V Kuisisioner.....	xli
LAMPIRAN VI Rangkuman Wawancara Dengan Bapak Willy.....	xlvii

UMMN

ABSTRACT

Clothes are primary needs of all human being . As the era move fast, clothes are changes based on the trend or lifestyle which is the most popular in the society especially those concerning their appearance in fashion style. Fashion trend has been spread amongst teenage children to the adults who appear stylist. One of the famous fashion brand is G2000 which could be seen easily in many countries.

The purpose of this research is to find whether the customers' intention on repurchasing G2000 Products (repurchase intention) is affected by their during and after buying satisfaction (customer satisfaction). The theoretical research method used in this research will be presented in 5 hypotheses which will be proved by structural equation model (SEM). The sample of the research are 125 respondents that divide of men and women with minimal age of 20th, familiar with G2000 brand, and have ever bought the products once.

The result of the analysis shows that Perceived Product Quality, Physical Quality, Staff Behaviour, and Perceived Price are affecting Customer Satisfaction and is affecting Repurchase Intention.

Keywords : Trend Fashion, Lifestyle, Brand, Perceived Product Quality, Physical Quality, Staff Behaviour, Perceived Price, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.

UMMN