

PENGARUH *TRUST*, *FAMILIARITY* DAN *CONSUMER ECONOMIC SITUATION* TERHADAP *PRIVATE LABEL REPURCHASE INTENTION* KONSUMEN DI LOTTEMART PAKUWON MALL SURABAYA



OLEH:
REVIN CHAYADI
3103014029

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

Halaman Judul

PENGARUH *TRUST, FAMILIARITY* DAN *CONSUMER ECONOMIC SITUATION* TERHADAP *PRIVATE LABEL REPURCHASE INTENTION* KONSUMEN DI LOTTEMART PAKUWON MALL SURABAYA

SKRIPSI S1
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Bisnis

**REVIN CHAYADI
3103014029**

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH TRUST, FAMILIARITY DAN CONSUMER ECONOMIC SITUATION TERHADAP PRIVATE LABEL REPURCHASE INTENTION KONSUMEN DI LOTTEMART PAKUWON MALL SURABAYA

OLEH :
REVIN CHAYADI
3103014029

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan:

Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1



Dr. Lydia Ari Widyarini, SE., MM.

NIK. 311.92.0183

Tanggal: 11 - 1 - 2019

Pembimbing 2



Yuliasti Ika Handayanu, SE., MM.

NIK. 311.911.0678

Tanggal: 11 - 1 - 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Revin Chayadi NRP: 3103014029

Telah diuji pada tanggal 23 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Lydia Ari Widyarani, SE., MM.,
NIK. 311.92.0183

Mengetahui:

Dekan,

Dr. Lodovicus Casdi, MM., Ak., CA., CPAI
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L. SE.M. SC.
NIK. 311.11.0678

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

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Revin Chayadi

NRP : 3103014029

Judul Skripsi : Pengaruh *Trust, Familiarity* Dan *Consumer Economic
Situation* Terhadap *Private Label Repurchase Intention*
Konsumen Di Lottemart Pakuwon Mall 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, 16 Januari 2019
Yang menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan yang berjudul “Pengaruh Consumer Trust, Familiarity Dan Terhadap Perceived Economic Situation Berpengaruh Terhadap Repurchase Intention Private Label Konsumen Di Lottemart Pakuwon Mall Surabaya” ini dengan baik. Penulis sangat bersyukur karena telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan laporan ini dapat selesai dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Bapak Robertus Sigit, H.L.SE.M.SC.. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dr. Lydia Ari Widyarini, SE., MM.,. selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
4. Ibu Yulianti Ika Handayani, SE., MM.,selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
5. Kepada Dosen dan Karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya terima kasih atas dukungan dan bantuannya.

6. Kepada keluarga saya yang telah memberikan banyak dukungan, doa, cinta dan kasih sayang, dalam membantu penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh.
7. Segenap Staf Tata Usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan.
8. Kepada teman-teman (Gary, Vincentius, Ricky, Sindhu, Jeremy, Ayim, dll) yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan laporan ini, terima kasih atas semangat, bantuan, saran, dan doanya.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam laporan ini, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Surabaya, 15 Januari 2019

Revin Chayadi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI 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
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	12
2.3. Hubungan Antar Variabel	22
2.4. Kerangka Pemikiran	25

2.5.Hipotesis.....	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1.Desain Penelitian.....	26
3.2.Identifikasi Variabel.....	26
3.3.Definisi Operasional.....	26
3.4.Jenis dan Sumber Data	28
3.5. Metode Pengumpulan Data	29
3.6.Skala Pengukuran Variabel	29
3.7.Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.8.Teknik Analisis Data	31
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
4.1.Karakteristik Responden	36
4.2.Statistik Deskriptif	39
4.3.Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.4.Uji Regresi Linier Berganda	47
4.5.Pembahasan.....	51
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1.Simpulan	54
5.2.Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang	11
Tabel 4.1. Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2. Usia	36
Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir.....	37
Tabel 4.4. Pekerjaan.....	37
Tabel 4.5. Pengeluaran Per Bulan	38
Tabel 4.6. Interval Rata - Rata Skor.....	39
Tabel 4.7. Deskriptif Jawaban Responden <i>Trust</i>	40
Tabel 4.8. Deskriptif Jawaban Responden <i>Familiarity</i>	41
Tabel 4.9. Deskriptif Jawaban Responden <i>Consumer Economic Situation</i>	43
Tabel 4.10. Deskriptif Jawaban Responden <i>Private Label Repurchase Intention</i>	44
Tabel 4.11. Uji Validitas Variabel Penelitian	46
Tabel 4.12. Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.13. Hasil Statistik Regresi Linear Berganda	48
Tabel 4.14. Koefisien Korelasi dan Determinasi	49
Tabel 4.15. Hasil Uji Pendekatan Nilai Kritis.....	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Hasil Riset Mengenai Private Label.....	3
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Analisis Regresi Linier Berganda

ABSTRAK

Perilaku pembelian konsumen pada *private label* ditentukan oleh pengalaman membeli konsumen dengan penawaran toko tidak hanya hanya didasarkan pada *private label* toko sebelumnya tetapi termasuk merek produk *private label* lainnya. Hal ini didasarkan pada fakta bahwa sikap konsumen dibentuk dengan pengalaman membeli sebelumnya. Oleh karena itu setiap variabel sikap konsumen (*trust*, *familiarity*, dan *consumer economic situation*) mampu mempengaruhi konsumen untuk lebih memilih *private label*, pembelian menjadi setia pada *private label* atau tidak. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *trust*, *familiarity*, dan *consumer economic situation* konsumen terhadap *repurchase intention* pada *private label* di Lottemart Pakuwon Mall Surabaya.

Desain penelitian yang diajukan ini adalah penelitian kausalitas. Data penelitian diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada sebagian konsumen Lottemart Pakuwon Mall Surabaya. Teknik yang digunakan untuk menarik sampel adalah teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 150 orang responden. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *trust*, *familiarity*, dan *consumer economic situation* konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada *private label* di Lottemart Pakuwon Mall Surabaya.

Kata Kunci: *Trust; Familiarity; Consumer Economic Situation; Private Label; Repurchase Intention*

ABSTRACT

Consumer purchase behavior in *private label* is determined by the experience of buying consumers with deals stores not only based only on *private label* store brand products before but including other *private label*. It is based on the fact that consumer attitudes formed with experience buying earlier. Therefore every variable consumer attitudes (*trust, familiarity and consumer economic situation*) capable of influencing consumers to prefer *private label*, the purchase became loyal to *private label* or not. This research aims to examine the influence of *trust, familiarity and consumer economic situation* of the consumer against *repurchase intention* on *private label* in Lottemart Pakuwon Mall in Surabaya.

This proposed research design is the study of causality. Research data obtained by distributing the questionnaire to most consumers Lottemart Pakuwon Mall in Surabaya. Techniques used to draw a sample of *purposive sampling* technique was. The sample of this research as many as 150 people respondents. The results of this study found that *trust, familiarity and consumer economic situation* is positive and influential consumers significantly to *repurchase intention* on *private label* in Lottemart Pakuwon Mall in Surabaya.

Key Words: *Trust; Familiarity; Consumer Economic Situation; Private Label; Repurchase Intention*