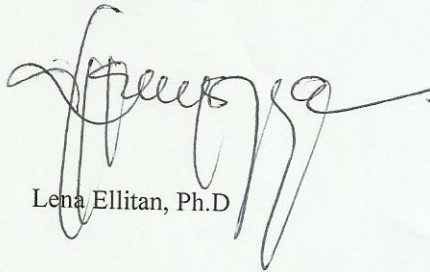


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi tugas akhir yang ditulis oleh Imelda citra Anggraini NRP:
3103008061

Telah diajukan pada tanggal 27 Agustus 2013 di hadapan tim penilai

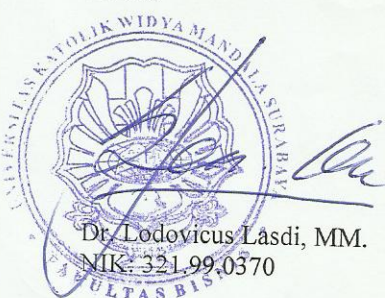
Ketua Tim Penilai



Lena Ellitan, Ph.D

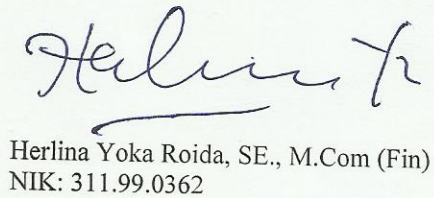
Mengetahui

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM.
NIK: 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Herlina Yoka Roida, SE., M.Com (Fin)
NIK: 311.99.0362

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

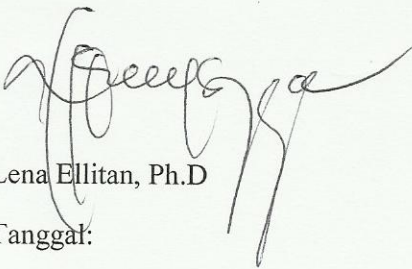
PENGARUH SIKAP, PERSEPSI NILAI DAN PERSEPSI PELUANG KEBERHASILAN KOMPLAIN TERHADAP NIAT PENYAMPAIAN KOMPLAIN KONSUMEN DI HYPERMARKET SURABAYA

OLEH:

Imelda Citra Anggraini
3103008061

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

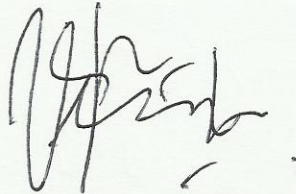
Pembimbing I,



Lena Ellitan, Ph.D

Tanggal:

Pembimbing II,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si

Tanggal: 23 Juli 2013

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 : Imelda Citra Anggraini

NRP : 3103008061

Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Persepsi Nilai, dan Persepsi Peluang Keberhasilan Komplain Terhadap Niat Penyampaian Komplain Konsumen di Hypermarket 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, Juli 2013

Yang menyatakan



(Imelda Citra A)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsinya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Ritel Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan penelitian di masa yang akan datang.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari usaha, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, khususnya bimbingan serta waktu yang telah disediakan sehingga terselesaikannya skripsi ini. Maka pada kesempatan ini, dengan tulus penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Herlina Yoka R, SE., M.Com, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Lena Ellitan, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya serta dengan sabar telah membimbing seluruh proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

4. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya serta dengan sabar telah membimbing seluruh proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
5. Bapak Dr. Hermeindito, MM dan Ibu Dr. Crh Whidya Utami, MM selaku Dosen Wali penulis yang telah membimbing penulis dari awal perkuliahan hingga akhir.
6. Semua dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis selama berkuliah di Universitas Widya Mandala Surabaya.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan semangat, dukungan, dan nasehat-nasehat yang berguna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Semua sahabat dan teman-teman sejurusan yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
9. Hypermarket di Surabaya terutama Giant, Carefour, Hypemart yang telah mengijinkan penulis melakukan survey sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat tersebut namanya satu per satu di sini, terima kasih atas segala doa, bantuan, dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna mengingat keterbatasan penulis dalam menganalisa masalah dan mengolah kata. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang

membangun dalam penulisan skripsi ini sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akandatang.

Surabaya, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	8
2.3. Hubungan Antar Variabel	19
2.4. Kerangka Konseptual	22
2.5. Hipotesis	22
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	24
3.2. Identifikasi Variabel	24
3.3. Definisi Operasional	24
3.4. Jenis dan Sumber Data	28
3.5. Teknik Pengukuran Variabel	29
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	29
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.8. Teknik Analisis Data	31

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Karakteristik Responden	41
4.2. Uji Normalitas Data	45
4.3. Uji Validitas	46
4.4. Uji Reliabilitas	48
4.5. Uji Kecocokan Model	49
4.6. Uji Struktural Equation Model	50
4.7. Pembahasan	
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	63
5.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Perbandingan jumlah Ritel di Jawa Timur tahun 2010 dan 2011	2
Tabel 2.1. Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang	8
Tabel 4.1. Lokasi Hypermarket	41
Tabel 4.2. Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.4. Pengeluaran Tiap Bulan	43
Tabel 4.5. Frekuensi Belanja	44
Tabel 4.6. Pengetahuan tentang YKLI	54
Tabel 4.7. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	55
Tabel 4.8. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	56
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>Validitas</i>	57
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Reliabilitas</i>	58
Tabel 4.11. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	59
Tabel 4.12. Pengujian Hipotesis	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2. Hasil Penyebaran Kuisisioner

Lampiran 3. Karakteristik Responden

Lampiran 4. Uji Validitas

Lampiran 5. Uji Realibilitas

Lampiran 6. Uji Normalitas

Lampiran 7. Analisis SEM (Structural Equation Model)

Lampiran 8. Gambar Estimasi

Lampiran 9. Standardized Solution

Lampiran 10. Gambar T-Value

PENGARUH SIKAP, PERSEPSI NILAI DAN PERSEPSI PELUANG KEBERHASILAN KOMPLAIN TERHADAP NIAT PENYAMPAIAN KOMPLAIN KONSUMEN DI HYPERMARKET SURABAYA

Imelda Citra Anggraini

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat penyampaian keluhan konsumen. Obyek penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan komplain di Hypermarket Surabaya. Permasalahan penelitian merujuk pada fenomena maraknya Hypermarket di Surabaya dan perkembangan teknologi yang ada. Oleh karena itu permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut: apa yang mempengaruhi konsumen dalam menyampaikan keluhannya. Tujuan penelitian dirumuskan untuk mencari jawaban atas alur yang mempengaruhi niat keluhan konsumen.

Permodelan yang dirumuskan pada penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman yang kritis dalam konsep dan pengukuran keluhan pelanggan. Peneliti memasukan persepsi terhadap nilai, sikap terhadap keluhan dan persepsi peluang suksesnya keluhan sebagai anteseden dan memiliki konsekuensi yang signifikan terhadap keluhan pelanggan. Selain sebuah permodelan teoritis, penelitian ini telah merumuskan sebelas hipotesis. Metode purposive telah dipilih untuk memperoleh data yang dibutuhkan pada studi ini. Penelitian ini mempergunakan 147 responden keseluruhan responden adalah konsumen Hypermarket di Surabaya. Analisis data mempergunakan *Structural Equation Model* dengan program komputer Lisrel 8.80.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterasingan konsumen, pengalaman keluhan dan *control* konsumen tidak berpengaruh pada persepsi terhadap nilai, sikap terhadap keluhan dan persepsi peluang suksesnya keluhan. Namun persepsi terhadap nilai, sikap terhadap keluhan dan persepsi peluang suksesnya keluhan berpengaruh pada niat menyampaikan keluhan.

Kata Kunci : Perilaku konsumen, Keluhan, Kepuasan konsumen

THE EFFECT OF ATTITUDE, PERCEPTION PERCEIVED VALUE AND OPPORTUNITY FOR SUBMISSION OF INTENTION TO SUCCESS COMPLAINTS HYPERMARKET CONSUMERS IN SURABAYA

Imelda Citra Anggraini

ABSTRACT

This study analyzes the factors that influence the intention of this study konsumen. Object grievance is konsumen who have made complaints in Surabaya Hypermarket. Research problem refers to the phenomenon of the rise of hypermarkets in Surabaya and the development of existing technology. Therefore this research problem is the following: what influences consumers to submit complaints. The research objective was formulated to seek answers to the flow that affect consumer complaint intentions.

Modeling is formulated in this paper aims to provide a critical understanding of the concept and measurement konsumen. research complaints include perceptions of values, attitudes and perceptions towards complaints opportunities and success complaints as antecedents have significant consequences on customer complaints. In addition to a theoretical modeling, this study has formulated eleven hypotheses. Purposive method was chosen to obtain the required data in this study. The study used 147 respondents and all respondents are consumers Hypermarket in Surabaya. This research use Structural data analysis computer program Equation Model with Lisrel 8.80.

Results of this study indicate that consumer alienation, experience and control consumer complaints have no effect on the perception of values, attitudes and perceptions of opportunities to complaints complaints success. But the perception of values, attitudes and perceptions towards complaints complaints affect the success chances of intention to complain.

Keywords: Consumer behavior, complaints, consumer satisfaction