

**PENGARUH *PERSONAL INTERACTION*, *PHYSICAL ASPECT*, DAN *CONSUMER TRUST* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DI SAMSUNG
EXPERIENCE STORE PAKUWON
MALL SURABAYA**



**Oleh:
VINNY ALVIONITA
3103014119**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

**PENGARUH *PERSONAL INTERACTION*, *PHYSICAL ASPECT*, DAN *CONSUMER TRUST* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DI SAMSUNG
EXPERIENCE STORE PAKUWON
MALL SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
VINNY ALVIONITA
3103014119

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PERSONAL INTERACTION*, *PHYSICAL ASPECT*, DAN *CONSUMER TRUST* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DI SAMSUNG
EXPERIENCE STORE PAKUWON
MALL SURABAYA**

OLEH:

VINNY ALVIONITA

3103014119

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik untuk Diajukan Kepada
Tim Penguji

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Fenika Wulani, SE., M. Si.

Marliana Junaedi., SE., M.Si.



Tanggal: 28 Juni 2018



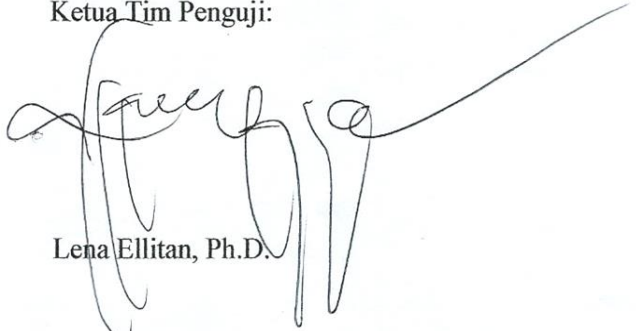
Tanggal: 27/7/18

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Vinny Alvionita NRP 3103014119

Telah diuji pada Selasa, 24 Juli 2018 Dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Lena Ellitan, Ph.D.

Mengetahui

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovikus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370



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 bertandatangan di bawah ini:

Nama : Vinny Alvionita

NRP : 3103014119

JudulSkripsi : Pengaruh Personal Interaction, Physical Aspect, dan Consumer Trust Terhadap Repurchase Intention Di Samsung Experience Store Pakuwon Mall Surabaya.

Menyatakan bahwa 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 dipublikasi/ ditampilkan di internet atau media lain (digital library Perpustakaan UnikaWidya 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, 6 Juli 2018.

Yang menyatakan



(..... Vinny Alvionita)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat, rahmat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh Personal Interaction, Physical Aspect, dan Consumer Trust Terhadap Repurchase Intention Di Samsung Experience Store Pakuwon Mall Surabaya”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jurusan Ekonomi atas segala asuhan dan didikannya sejak penulis menjadi anggota keluarga besar Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

3. Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Dr. Marlina Junaedi, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Terima kasih kepada kakak saya, George Kevin Wijaya yang selalu memberikan banyak support sehingga saya dapat lulus tepat waktu.
7. Terima kasih untuk pacar, Rizki Januarki Wijaya yang selalu memberikan dukungan doa dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Terima kasih kepada sahabat-sahabat yang sudah banyak membantu, Shenta Claretta, Jessica Sugiono, Lily Lokito, Devi Permata, juga kepada semua asisten lab yang sudah membantu proses pengerjaan skripsi penulis, khususnya Lie Dicky.
9. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis, sehingga penulis bersedia menerima kritik maupun saran dari semua pihak. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya.

Surabaya, 29 Juni 2018

Vinny Alvionita

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	
ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan	9
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Repurchase Intention	13
2.2.2. Personal Interaction	16
2.2.3. Physical Aspect.....	16

2.2.4. Consumer Trust	17
2.3. Hubungan Antar Variabel	18
2.3.1. Pengaruh Personal Interaction terhadap Repurchase Intention	18
2.3.2. Pengaruh Physical Aspect terhadap Repurchase Intention	19
2.3.3. Pengaruh Consumer Trust terhadap Repurchase Intention	20
2.4. Model Penelitian	21
2.5. Hipotesis Penelitian	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1. Jenis Penelitian.....	23
3.2. Identifikasi Variabel.....	24
3.3. Indikator Variabel	24
3.3.1. Personal Interaction	24
3.3.2. Physical Aspect.....	25
3.3.3. Consumer Trust	26
3.3.4. Repurchase Intention	27
3.4. Jenis Data dan Sumber Data	27
3.5. Pengukuran Variabel.....	28
3.6. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.6.1. Populasi	29
3.6.2. Sampel	30
3.6.3. Teknik Pengambilan Sampel	30

3.7. Teknik Analisis Data.....	31
3.7.1. Uji Validitas	31
3.7.2. Uji Realibilitas	31
3.7.3. Analisis Linear Berganda	32
3.7.4. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R2)...	33
3.7.5. Uji Hipotesis	33
3.8. Metode Analisis Deskriptif	35
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Subjek Penelitian	36
4.2 Karakteristik Responden	37
a. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
b. Berdasarkan Usia	38
c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	39
d. Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	40
e. Berdasarkan pendapatan dalam Sebulan...	41
4.3 Deskripsi Data.....	41
4.4 Uji Validitas dan Realibilitas	47
4.4.1 UjiValiditas.....	47
4.4.2 UjiRealibilitas.....	49
4.5 Pengujian Hipotesis	50
4.5.1 Uji statistic/ uji t	50
4.5.2 Uji simultan/ uji F	52
4.6 Pembahasan	52
4.6.1 Pengaruh Personal Interaction terhadap Repurchase Intention	52

4.6.2 Pengaruh Physical Aspects terhadap	
Repurchase Intention	53
4.6.3 Pengaruh Consumer Trust terhadap	
Repurchase Intention	54
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	56
5.2.1 Saran Teoritis.....	56
5.2.2 Saran Praktis	56
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	12
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Umur	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	39
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan ...	40
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	41
Tabel 4.6	Interval Rata- rata Variabel Penelitian	42
Tabel 4.7	Nilai Rata- rata Variabel Personal Interaction	43
Tabel 4.8	Nilai Rata- rata Variabel Physical Aspect.....	44
Tabel 4.9	Nilai Rata- rata Variabel Consumer Trust	45
Tabel 4.10	Nilai Rata- rata Variabel Repurchase Intention	47
Tabel 4.11	Uji Validitas Personal Interaction, Physical Aspect, Customer Trust, dan Repurchase Intention	48
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas pada Variabel	49
Tabel 4.13	Pengujiann Hipotesis Statistic pada Variabel	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	21
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner	64
Lampiran 2.	Karakteristik Responden.....	69
Lampiran 3A.	Jawaban Responden untuk Variabel PI dan PA	74
Lampiran 3B.	Jawaban Responden untuk Variabel CT dan RI	79
Lampiran 4.	Data Responden	84
Lampiran 5.	Statistik Deskriptif Variabel PI, PA, CT, dan RI	86
Lampiran 6A.	Hasil Uji Validitas Variabel PI	88
Lampiran 6B.	Hasil Uji Validitas Variabel PA.....	89
Lampiran 6C.	Hasil Uji Validitas Variabel CT.....	90
Lampiran 6D.	Hasil Uji Validitas Variabel RI.....	91
Lampiran 7A.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel PI	92
Lampiran 7B.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel PA.....	93
Lampiran 7C.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel CT	94
Lampiran 7D.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel RI.....	95
Lampiran 8.	Uji F, Uji t, dan Uji Signifikansi.....	96

**PENGARUH *PERSONAL INTERACTION*, *PHYSICAL ASPECT*,
DAN *CONSUMER TRUST* TERHADAP *REPURCHASE
INTENTION* DI SAMSUNG EXPERIENCE STORE PAKUWON
MALL SURABAYA**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh *personal interaction*, *physical aspects*, dan *consumer trust* terhadap *repurchase intention* di Samsung Experience Store Pakuwon Mall Surabaya. Dalam penelitian ini, keempat variabel akan dianalisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda dan regresi linear sederhana dengan uji validitas, reliabilitas, uji t, uji f dan menggunakan alat bantu SPSS. Objek penelitian ini adalah Samsung Experience Store Pakuwon Mall Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 127 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *physical aspect* dan *consumer trust* memiliki dampak positif signifikan terhadap *repurchase intention*, semetara variabel *personal interaction* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci : *Personal Interaction*, *Physical Aspect*, *Consumer Trust*, dan *Repurchase Intention*.

**THE INFLUENCE OF PERSONAL INTERACTION, PHYSICAL
ASPECT, AND CONSUMER TRUST TO REPURCHASE
INTENTION AT SAMSUNG EXPERIENCE STORE PAKUWON
MALL SURABAYA**

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the effect of Personal Interaction, Physical Aspect, and Consumer Trust to Repurchase Intention of loyal customers of Samsung Experience Store at Pakuwon Mall Surabaya. In this study, decision variables will be analyzed using multiple linear regression and simple linear regression with validity, reliability, t test, f test and using SPSS tool. The object of this research is Samsung Experience Store Pakuwon Mall Surabaya. The number of samples used is 127 respondents. The results showed that the physical and consumer trust variables had a significant positive effect on the buyback intention, while the personal interaction variables did not have a significant influence on repurchase interest.

Keywords: Personal Interaction, Physical Aspect, Consumer Confidence, and Intent Respirmase