

Konsentrasi/Bidang/Minat:
Manajemen Ritel

PENGARUH *INERTIA*, *SWITCHING COST*, *ATTRACTIVENESS OF ALTERNATIVES* TERHADAP *SWITCHING BARRIERS* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA KONSUMEN *DIGITAL PRODUCTS* MINISO DI SURABAYA



**OLEH :
GABRIEL ANDRIAN
3103015105**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

**PENGARUH *INERTIA*, *SWITCHING COST*, *ATTRACTIVENESS OF
ALTERNATIVES* TERHADAP *SWITCHING BARRIERS* DAN
CUSTOMER LOYALTY PADA KONSUMEN *DIGITAL
PRODUCTS* MINISO DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

GABRIEL ANDRIAN

3103015105

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *INERTIA, SWITCHING COST, ATTRACTIVENESS OF ALTERNATIVES* TERHADAP *SWITCHING BARRIERS* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA KONSUMEN *DIGITAL PRODUCTS* MINISO DI SURABAYA

Oleh :
Gabriel Andrian
3103015105

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



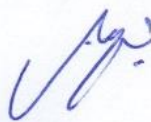
12/6/2019

Dra. Ec. M.G. Temengkol, MM

NIK. 311.16.0905

Tanggal:

Pembimbing II,



Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB.

NIK. 311.18.1016

Tanggal: 12 Juni 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Gabriel Andrian NRP 3103015105

Telah diuji pada Tanggal 5 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



N. Agus Sunarjanto, SE., MM.

NIK. 311.92.0194

Mengetahui,

Dekan



Dr. Ludovicus Lasdi, 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 dibawah ini:

Nama : Gabriel Andrian

NRP : 3103015105

Judul Skripsi : Pengaruh *Inertia, Switching Cost, Attractiveness of Alternatives Terhadap Switching Barriers dan Customer Loyalty* Pada Konsumen *Digital Products* Miniso di 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 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, 18 Juni 2019


(Gabriel Andrian)



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Inertia, Switching Cost, Attractiveness of Alternatives* Terhadap *Switching Barriers* dan *Customer Loyalty* Pada Konsumen *Digital Products* Miniso di Surabaya”. Tugas akhir bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM.,Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. M.G. Temengkol, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Ibu Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
6. Bapak, Ibu, Kakak, Adik dan segenap keluarga yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan demi terselesaikannya tugas akhir ini tepat waktu.
7. Tim Asdos Lab Riset Statistik yang banyak memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

8. Teman-teman seperjuangan kuliah, yaitu: Albertinus W.S, Jimmy Fernanda, Felix Hari Sentosa, Andi Putra Kuncoro, Donny Lestiawan, Kevin Wijaya, Michael Fendianto, Andrew Enggano, Axel Setiawan, Antonius Davidson, Iko Costanza, Daniel Prayogi, Birgita Nanda W, Nandia Prabawati, Olivia Purnama, Eka Yanti, Liana, Yashica Irma R, Shine Constella, Yoeng Fera yang selalu mendukung dan menyemangati.
9. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Juni 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN 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	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Penulisan	15
 BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	 16
2.1 <i>Grand Theory</i>	16
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 <i>Customer Loyalty</i>	18
2.2.2 <i>Switching Barriers</i>	22
2.2.3 <i>Inertia</i>	24
2.2.4 <i>Switching Cost</i>	28
2.2.5 <i>Attractiveness of Alternatives</i>	31
2.3 Pengaruh Antar Variabel	34
2.3.1 Pengaruh <i>Inertia</i> terhadap <i>Switching Barriers</i>	34
2.3.2 Pengaruh <i>Switching Cost</i> terhadap <i>Switching Barriers</i>	35
2.3.3 Pengaruh <i>Attractiveness of Alternatives</i> terhadap <i>Switching Barriers</i>	35
2.3.4 Pengaruh <i>Switching Barriers</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	36
2.4 Penelitian Terdahulu	37
2.5 Pengembangan Hipotesis	40
2.6 Model Penelitian	41
 BAB 3. METODE PENELITIAN	 42
3.1 Desain Penelitian	42
3.2 Identifikasi Variabel	42
3.3 Definisi Operasional Variabel	42

3.4 Pengukuran Variabel	44
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	45
3.7 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	45
3.8 Teknik Analisis Data	46
3.8.1 Uji Normalitas	47
3.8.2 Uji Validitas.....	47
3.8.3 Uji Reliabilitas	47
3.8.4 Uji Kecocokan Seluruh Model	48
3.8.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	49
3.8.6 Uji Hipotesis.....	49
 BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Karakteristik Responden.....	51
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	55
4.3 Uji Asumsi SEM.....	59
4.4 Pembahasan.....	68
 BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Keterbatasan.....	73
5.3 Saran	74
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 10 Negara dengan Skor Terbesar Dalam GRDI 2017	2
Tabel 1.2 Nilai Penjualan Ritel di Beberapa Negara Asia	3
Tabel 1.3 Perkembangan Jumlah Toko Miniso Per-Bulan pada 2017 di Indonesia	4
Tabel 2.1 <i>Grand Theory</i>	17
Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Penelitian <i>Grand Theory</i>	17
Tabel 2.4 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	38
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	49
Tabel 4.1 Membeli	51
Tabel 4.2 Domisili	52
Tabel 4.3 Usia	52
Tabel 4.4 Jenis Kelamin	53
Tabel 4.5 Frekuensi Berkunjung	53
Tabel 4.6 Pekerjaan	54
Tabel 4.7 Pendapatan	54
Tabel 4.8 Interval Penilaian	55
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Inertia</i> (X_1)	56
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Switching Cost</i> (X_2)	57
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Attractiveness of Alternatives</i> (X_3)	57
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Switching Barriers</i> (Y_1)	58
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y_2)	59
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	60
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas <i>Inertia</i>	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas <i>Switching Cost</i>	63
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas <i>Attractiveness of Alternatives</i>	64
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas <i>Switching Barriers</i>	64
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i>	65
Tabel 4.22 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.23 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model	67
Tabel 4.24 Pengujian Hipotesis	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>Digital Products</i> Miniso.....	6
Gambar 2.1 <i>Grand Theory</i>	17
Gambar 2.5 Model Penelitian.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Data Isian Responden
- Lampiran 4. Uji Normalitas
- Lampiran 5. *Output* SEM
- Lampiran 6. Reliabilitas
- Lampiran 7A. *Path Diagram* (T-Values)
- Lampiran 7B. *Path Diagram* (Standardized Solution)
- Lampiran 7C. *Path Diagram* (Estimates)

ABSTRAK

Perkembangan ritel khususnya *franchise* ternyata telah mengubah pola perilaku konsumen saat berbelanja. Ritel yang menggunakan jaringan waralaba akan lebih memudahkan dalam menjalankan bisnisnya. Bisnis tersebut tentu akan dikenal oleh kalangan masyarakat. Toko yang berbasis *franchise* tentu juga memiliki cabang yang ada di semua tempat sehingga masyarakat yang menjadi konsumen akan mudah untuk berbelanja di toko tersebut. Konsumen tidak ingin mengeluarkan banyak biaya, tenaga, waktu dan pikiran untuk beralih ke toko lain. Persaingan antar *retailer* dalam memberikan daya tarik kepada konsumen tentu semakin ketat. *Retailer* harus bisa memberikan kualitas produk dan citra merek yang baik, sehingga konsumen akan loyal terhadap toko tersebut. Salah satu toko ritel berbasis *franchise* yang cukup terkenal adalah Miniso.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Inertia*, *Switching Cost*, *Attractiveness of Alternatives* terhadap *Switching Barriers* dan *Customer Loyalty* pada konsumen *digital products* Miniso di Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Variabel eksogen yang digunakan adalah *Inertia*, *Switching Cost*, *Attractiveness of Alternatives* dan variabel endogen yang digunakan adalah *Switching Barriers* dan *Customer Loyalty*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 150 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis SEM dengan program LISREL.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Inertia* memiliki pengaruh positif terhadap *Switching Barriers*; *Switching Cost* memiliki pengaruh positif terhadap *Switching Barriers*; *Attractiveness of Alternatives* memiliki pengaruh positif terhadap *Switching Barriers*; *Switching Barriers* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*.

Kata kunci: *Inertia, Switching Cost, Attractiveness of Alternatives, Switching Barriers, Customer Loyalty*

THE EFFECT OF INERTIA, SWITCHING COST, ATTRACTIVENESS OF
ALTERNATIVES ON SWITCHING BARRIERS AND CUSTOMER
LOYALTY IN MINISO'S DIGITAL PRODUCTS CUSTOMERS
IN SURABAYA

ABSTRACT

The development of retail, especially franchises, has changed the pattern of consumer behavior when shopping. Retailers who use franchise networks will make it easier to run their business. The business will certainly be known by the community. Franchise-based stores certainly also have branches in all places so that people who become consumers will find it easy to shop at the store. Consumers do not want to spend a lot of money, energy, time and thought to switch to another store. Competition between retailers in providing attractiveness to consumers is certainly getting tougher. Retailers must be able to provide good product quality and brand image, so that consumers will be loyal to the store. One of the well-known franchise retail stores is Miniso.

This research aims to analyze the effect of Inertia, Switching Cost, Attractiveness of Alternatives on Switching Barriers and Customer Loyalty in Miniso's digital products customers in Surabaya. In this research used causal research. Exogenous variables used were is Inertia, Switching Cost, Attractiveness of Alternatives and the endogen variables used were is Switching Barriers and Customer Loyalty. Sample used in this research consists of 150 respondents, technique used for sample taking is non-probability sampling in a way of purposive sampling. Technique used for data analysis is SEM analysis with LISREL program.

The result of this research proves that Inertia has a positive effect on Switching Barriers; Switching Cost has a positive effect on Switching Barriers; Attractiveness of Alternatives has a positive effect on Switching Barriers; Switching Barriers has a positive effect on Customer Loyalty.

Keywords: Inertia, Switching Cost, Attractiveness of Alternatives, Switching Barriers, Customer Loyalty