

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
DI SOGO DEPARTMENT STORE GALAXY MALL**



**OLEH:
EVANDA WIJANARKO
3103005145**

**FAKULTAS BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2011**

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
DI SOGO *DEPARTMENT STORE* GALAXY MALL**

TUGAS AKHIR
Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
EVANDA WIJANARKO
3103005145

FAKULTAS BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2011

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
DI SOGO DEPARTMENT STORE GALAXY MALL**

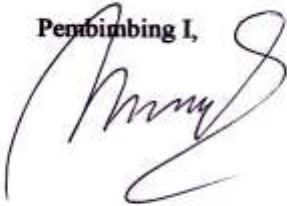
OLEH:

EVANDA WIJANARKO

3103005145

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penilai

Pembimbing I,



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, M.S.

Tanggal: 23 September 2011

Pembimbing II,



Hendro Susanto, SE., MM.

Tanggal: 23 September 2011

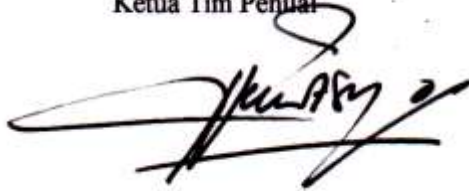
HALAMAN PENGESAHAN

Makalah tugas akhir yang ditulis oleh: Evanda Wijanarko

NRP: 3103005145

Telah disajikan pada tanggal 30 September 2011 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji.

Ketua Tim Penilai



Prof. Dr. H. Teman Koesmono, MM

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Chr. Whidya Utami, MM
NIK 311.92.0185

Ketua Jurusan



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
NIK 311.89.0152

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Evanda Wijanarko

NRP : 3103005145

Judul Makalah : Analisis Pengaruh *Perceived Quality* Dan
Perceived Value Terhadap *Repurchase Intention* Di Sogo Department Store Galaxy
Mall

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, 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 hak cipta.

Surabaya, 06 Oktober 2011

Yang Menyatakan



Evanda Wijanarko

KATA PENGANTAR

Pertama kalinya, penulis memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas semua rahmat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Maksud dan tujuan dari penyusunan penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna meraih gelar Sarjana Bisnis (SE). Selain itu, melalui penelitian ini juga diharapkan banyak memberikan masukan kepada semua pihak berkaitan dengan peningkatan profesionalisme manajemen sumberdaya manusia.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis selama ini, yaitu:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu melimpahkan karunianya sehingga penulis bisa menyeluruh skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Dr. Christina Widya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. EC Julius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
4. Ibu Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, M.S. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan penelitian ini dengan baik sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak Hendro Susanto, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan kepada penulis selama ini.
6. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal.
7. Keseluruhan responden penelitian yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

8. Papa dan Mama dan keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam hal materi dengan segala pengorbanan, semangat dan dorongan sehingga terselesainya skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan yang telah diberikan.

Demikian, semoga penyusunan skripsi ini memberikan banyak manfaat kepada semua pihak, terima kasih.

Surabaya, Agustus 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi
ABSTRACT	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
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	5
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	7
2.2.1. <i>Perceived quality</i>	7
2.2.1.1. Pengertian <i>Perceived quality</i>	7
2.2.1.2. Komponen <i>Perceived quality</i>	10
2.2.2. <i>Perceived value</i>	11
2.2.2.1. Pengertian <i>Perceived value</i>	11
2.2.2.2. Komponen <i>Perceived value</i>	13
2.2.2.3. Sumber <i>Perceived value</i>	15
2.2.2.4. Pengukuran <i>Perceived value</i>	18

2.2.3. <i>Repurchase intention</i>	20
2.2.4. Hubungan <i>Perceived quality</i> Terhadap <i>Repurchase intention</i>	22
2.2.5. Hubungan <i>Perceived value</i> Terhadap <i>Repurchase intention</i>	22
2.3. Model Analisa	22
2.4. Hipotesis Penelitian	23
BAB 3 METODE PENELITIAN	24
3.1. Desain Penelitian	24
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian.....	24
3.3. Definisi Operasional Variabel	24
3.4. Jenis dan Sumber Data	28
3.5. Pengukuran Variabel	28
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.8.1. Uji Validitas.....	30
3.8.2. Uji Reliabilitas	31
3.9. Teknik Analisis Data.....	32
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis	33
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Deskripsi Data	35
4.1.1. Validitas Kuesioner	35
4.1.2. Reliabilitas Jawaban Responden	38
4.2. Analisis Hasil Penelitian	38
4.2.1. Distribusi Jawaban Responden	38
4.2.2. Statistik Deskriptif	43
4.2.3. Regresi Linear Berganda	46

4.2.3.1. Output Regresi Linear Berganda.....	46
4.3.2.2. Koefisien Korelasi Simultan	47
4.3.2.3. Koefisien Determinasi Simultan	48
4.3.2.4. Pengujian model penelitian	48
4.3.2.5. Pengujian Secara Parsial (uji t)	49
4.4. Pembahasan	49
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1. Simpulan	53
5.2. Saran	53
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Analisa Penelitian.....	22

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. <i>Department Store</i> Di Surabaya	2
Tabel 2.1. Sasaran dan Manfaat <i>Excellent Service</i>	10
Tabel 4.1. Uji Validitas Variabel Persepsi <i>Perceived quality</i>	35
Tabel 4.2. Uji Validitas Variabel <i>Perceived value</i>	36
Tabel 4.3. Uji Validitas Variabel <i>repurchase intention</i>	37
Tabel 4.4. Uji Reliabilitas Jawaban Responden	38
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden untuk <i>Perceived quality Sogo Department Store</i>	39
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden untuk <i>Perceived value</i> di <i>Sogo Department Store</i>	40
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden untuk <i>Repurchase intention</i> di <i>Sogo Department Store</i>	42
Tabel 4.8. Mean dan Deviasi Standar <i>Perceived quality</i> <i>Sogo Department Store</i>	43
Tabel 4.9. Mean dan Deviasi Standar <i>Perceived value</i> di <i>Sogo Department Store</i>	44
Tabel 4.10. Mean dan Deviasi Standar <i>Repurchase intention</i> di <i>Sogo Department Store</i>	45
Tabel 4.11. <i>Output</i> Statistik Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.12. Pengujian Variabel Bebas secara Parsial	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2. Uji Validitas Kuesioner

Lampiran 3. Regresi Linier

Lampiran 4. Data Kuesioner Penelitian

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *perceived quality* dan *perceived value* terhadap *repurchase intention* di Sogo Department Store Galaxi Mall Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Sogo Departement Store dan jumlah sampel ditetapkan sebanyak 200 sampel. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived quality* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* konsumen di Sogo Department Store Surabaya. *Perceived value* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* konsumen di Sogo Department Store Surabaya adalah terbukti, artinya bahwa semakin tinggi *perceived value* maka semakin tinggi *repurchase intention*. Kontribusi *perceived quality* dan *perceived value* adalah sebesar 55,5% terhadap *repurchase intention* konsumen.

Kata kunci: *perceived quality*, *perceived value*, *repurchase intention*

ABSTRACT

The Influenced of Perceived Quality and Perceived Value Towards Repurchase Intention At Sogo Department Store in Galaxy Mall

The purpose of this research is knowing the impact of perceived quality and perceived value toward repurchase intention at Sogo Department Store Galaxi Mall Surabaya. The population is all of consumer at Sogo Departement Store and the sample is 200 samples. Data analysis technique is multiple linier regression by t test for testing hyphotesis.

This research showing that perceived quality positive influenced toward consumer's repurchase intention at Sogo Department Store Surabaya. Perceived value positive influenced toward consumer's repurchase intention at Sogo Department Store Surabaya. The contribution of perceived quality and perceived value toward consumer repurchase intention is 55,5%.

Keywords: *perceived quality, perceived value, repurchase intention*