

**MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN DAN DAYA TARIK
PENGECER TERHADAP HUBUNGAN EMOSI POSITIF DAN
KETERLIBATAN KONSUMEN DENGAN *REPATRONAGE*
INTENTIONS PADA CARREFOUR MALL OF INDONESIA**

Oleh:

Nama : Ria Andika

NIM : 26140477

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN DAN DAYA TARIK PENGECER TERHADAP HUBUNGAN EMOSI POSITIF DAN KETERLIBATAN KONSUMEN DENGAN *REPATRONAGE* *INTENTIONS* PADA CARREFOUR MALL OF INDONESIA

Diajukan Oleh

Nama : Ria Andika

NIM : 26140477

Jakarta, 1 Februari 2018

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Ir. Dergibson Siagian, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2018



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Ria Andika / 26140477 / 2018 / Mediasi Kepuasan Pelanggan dan Daya Tarik Pengecer terhadap Hubungan Emosi Positif dan Keterlibatan Konsumen dengan *Repatronage Intentions* pada Carrefour Mall of Indonesia / Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Perkembangan industri ritel terus mengalami penurunan sejak tahun 2016 dan mencapai puncaknya di tahun 2017. Penjualan ritel dalam kategori *hypermart* juga mengalami penurunan seiring dengan menurunnya daya beli masyarakat dunia. Dalam menghadapi situasi seperti ini, Carrefour yang merupakan salah satu perusahaan ritel di Indonesia terus berusaha untuk bertahan dan bersaing dengan para gerai ritel lain. Menciptakan emosi yang positif dan meningkatkan keterlibatan konsumen merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan, karena hal tersebut dapat menambah ketertarikan konsumen, mempengaruhi kepuasan konsumen hingga berujung pada minat konsumen untuk mengunjungi kembali suatu toko ritel. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Mediasi Kepuasan Pelanggan dan Daya Tarik Pengecer terhadap Hubungan Emosi Positif dan Keterlibatan Konsumen dengan *Repatronage Intentions* pada Carrefour Mall of Indonesia.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari Emosi Positif, Keterlibatan Konsumen, Kepuasan pelanggan, Daya Tarik Pengecer dan *Repatronage Intentions* beserta dengan indikator-indikatornya. Kemudian didukung teori mengenai hubungan antara Emosi Positif dengan Kepuasan pelanggan, Emosi Positif dengan Daya Tarik Pengecer, Keterlibatan Konsumen dengan Daya Tarik Pengecer, Kepuasan pelanggan dengan Daya Tarik Pengecer, Kepuasan pelanggan dengan *Repatronage Intentions*, Daya Tarik Pengecer dengan *Repatronage Intentions*, Emosi Positif dengan *Repatronage Intentions*, Keterlibatan Konsumen dengan *Repatronage Intentions*.

Objek penelitian ini adalah Carrefour Mall of Indonesia. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data dan untuk penarikan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan WarPLS 5.0.

Output yang dihasilkan WarPLS 5.0 menunjukkan bahwa emosi positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, emosi positif berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap daya tarik pengecer, keterlibatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik pengecer, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik pengecer, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap *repatronage intentions*, daya tarik pengecer berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repatronage intentions*, emosi positif berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap *repatronage intentions*, dan keterlibatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap *repatronage intentions*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung.



ABSTRACT

Ria Andika / 26140477 / 2018 / *Mediation On Satisfaction With The Retailer and Retail Interest Between Positive Affect and Customer Involvement with Repatronage Intentions in Carrefour Mall of Indonesia* / Advisor : Ir. Dergibson Siagian, M.M.

The retail industry has continued to decline since 2016 and reached its peak at the beginning of 2017. Retail sales in the hypermart category also declined as the world's purchasing power decreased. To face this situation, Carrefour which is one of the retail companies in Indonesia keep trying to survive and compete with other retail outlets. Creating positive emotions and increasing consumer engagement is one of the marketing strategies that can be used, because it can increase consumer interest, affect customer satisfaction to lead to consumer interest to revisit a retail store. Therefore, i was interested in doing research about *Mediation On Satisfaction With The Retailer and Retail Interest Between Positive Affect, Customer Involvement, and Repatronage Intentions in Carrefour Mall of Indonesia*.

The theory used to support this research was the definition of positive affect, customer involvement, satisfaction with the retailer, retail interest dan repatronage intentions along with their indicators. Then supported by the relationship between positive affect to satisfaction with the retailer, positive affect to retail interest, customer involvement to retail interest, satisfaction with the retailer to repatronage intentions, retail interest to repatronage intentions, positive affect to repatronage intentions, and customer involvement to repatronage intentions.

The object for this study was Carrefour Mall of Indonesia. This study used a questionnaire for data collection adn non-probability sampling with judgement sampling technique. The procedure used to test the model and data processing was structural equation model (Structural Equation Modelling) using WarPLS 5.0.

Output generated WarPLS 5.0 showed that positive emotion affect positive and significant impact on satisfaction with the retailer, positive emotion affect positive and significant impact on retail interest either directly or indirectly, customer involvement affect positive and significant impact on retail interest, satisfaction with the retailer affect positive and significant impact on retail interest, satisfaction with the retailer affect positive and significant impact on repatronage intentions, customer involvement affect positive and significant impact on repatronage intentions, positive emotion has indirect positive and significant impact on repatronage intentions, and customer involvement has indirect positive and significant impact on repatronage intentions.

The conclusion from this study was all hypotheses has been proven to have a positive and significant influence either directly or indirectly.

Hak milik intelektual Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas limpahan kasih dan berkat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen dengan konsentrasi pemasaran di Kwik Kian Gie School of Business.

Dalam penulisan tugas ini, peneliti tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebenar-benarnya kepada:

1. Ir. Dergibson Siagian, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya guna memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah membekali ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama ini.
3. Seluruh anggota keluarga, Papa, Mama, Wina, Papi, dan Mami, yang selalu mendukung, mendoakan, memotivasi dan segala hal yang telah dilakukan khusus untuk penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Regifasius Winfrid yang selalu memotivasi dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman angkatan 2014 khususnya Sisil, Sherly, Erwin, dan Florencia yang memberikan bantuan dan dukungan dalam proses pembuatan skripsi ini.



6. Kepada seluruh pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Akhir kata dengan menyadari keterbatasan pengetahuan, penulis mohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat hal-hal yang kurang sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga tugas ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Februari 2018

Ria Andika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
F. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
<i>Repatronage Intentions</i>	Error! Bookmark not defined.
a. Definisi Repatronage Intentions	Error! Bookmark not defined.
b. Repatronage Intentions dan Repurchase Intentions	Error! Bookmark not defined.



© Hak Cipta IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- c. Pengukuran Repatronage Intentions **Error! Bookmark not defined.**
- 2. Daya Tarik Pengecer **Error! Bookmark not defined.**
 - a. Definisi Daya Tarik **Error! Bookmark not defined.**
 - b. Pengukuran Daya Tarik Pengecer **Error! Bookmark not defined.**
- 3. Kepuasan Pelanggan terhadap Pengecer **Error! Bookmark not defined.**
 - a. Definisi Kepuasan Pelanggan **Error! Bookmark not defined.**
 - b. Konsep Kepuasan Pelanggan..... **Error! Bookmark not defined.**
 - c. Perilaku Pelanggan Berdasarkan Tingkat Kepuasan **Error! Bookmark not defined.**
 - d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4. Keterlibatan Konsumen **Error! Bookmark not defined.**
 - a. Definisi Keterlibatan Konsumen **Error! Bookmark not defined.**
 - b. Jenis Keterlibatan Konsumen **Error! Bookmark not defined.**
 - c. Tingkat Keterlibatan Konsumen..... **Error! Bookmark not defined.**
 - d. Pengukuran Keterlibatan Konsumen **Error! Bookmark not defined.**
- 5. Emosi Positif **Error! Bookmark not defined.**
 - a. Definisi Emosi **Error! Bookmark not defined.**
 - b. Definisi Emosi Positif..... **Error! Bookmark not defined.**
 - c. Fungsi Emosi Positif..... **Error! Bookmark not defined.**
 - d. Pengukuran Emosi Positif **Error! Bookmark not defined.**
- B. Penelitian Terdahulu **Error! Bookmark not defined.**
- C. Kerangka Pemikiran..... **Error! Bookmark not defined.**
- D. Pengaruh emosi positif terhadap kepuasan pelanggan..... **Error! Bookmark not defined.**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Pengaruh emosi positif terhadap daya tarik pengecer..... **Error! Bookmark not defined.**

3. Pengaruh keterlibatan konsumen terhadap daya tarik pengecer **Error! Bookmark not defined.**

4. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap daya tarik pengecer ... **Error! Bookmark not defined.**

5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *repatronage intentions* **Error! Bookmark not defined.**

6. Pengaruh daya tarik pengecer terhadap *repatronage intentions* **Error! Bookmark not defined.**

7. Pengaruh tidak langsung emosi positif terhadap *repatronage intentions* **Error! Bookmark not defined.**

8. Pengaruh tidak langsung keterlibatan konsumen terhadap *repatronage intentions* **Error! Bookmark not defined.**

D. Hipotesis Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

BAB III METODE PENELITIAN **Error! Bookmark not defined.**

A. Objek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

B. Desain Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

C. Variabel Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

D. Teknik Pengumpulan Data **Error! Bookmark not defined.**

E. Teknik Pengambilan Sampel **Error! Bookmark not defined.**

F. Teknik Analisis Data **Error! Bookmark not defined.**

1. Evaluasi Model Pengukuran **Error! Bookmark not defined.**

2. Analisis Deskriptif **Error! Bookmark not defined.**

3. Skala Likert **Error! Bookmark not defined.**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4.	Penilaian Overall Fit	Error! Bookmark not defined.
5	Penelitian Model Struktural	Error! Bookmark not defined.
6	Path Diagram	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B.	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3	Profil Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4	Analisis Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
5	Penilaian Model Fit.....	Error! Bookmark not defined.
6	Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
C.	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D.	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Pengaruh Emosi Positif dengan Kepuasan pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2	Pengaruh Emosi Positif dengan Daya Tarik Pengecer	Error! Bookmark not defined.
3	Pengaruh Keterlibatan Konsumen dengan Daya Tarik Pengecer	Error! Bookmark not defined.
4	Pengaruh Kepuasan pelanggan dengan Daya Tarik Pengecer ..	Error! Bookmark not defined.
5	Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap <i>Repatronage Intentions</i>	Error! Bookmark not defined.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Pengaruh Daya Tarik Pengecer terhadap *Repatronage Intentions* **Error!**

© Bookmark not defined.

7. Pengaruh Emosi Positif terhadap *Repatronage Intentions* **Error! Bookmark not defined.**

8. Pengaruh Keterlibatan Konsumen terhadap *Repatronage Intentions* **Error!**
Bookmark not defined.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN **Error! Bookmark not defined.**

A. Kesimpulan **Error! Bookmark not defined.**

B. Saran **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA **Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN **Error! Bookmark not defined.**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta dimiliki IBIKKG (Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

Tabel 1.1	Penyerapan Tenaga Kerja per Sektor (Dalam Juta)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.2	Perbandingan Industri Ritel tahun 2016 – 2017..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.1	Perilaku Pelanggan Berdasarkan Tingkat Kepuasan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.2	Perbedaan Perilaku Konsumen dengan Keterlibatan Tinggi dan Rendah....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.3	<i>The Role of Retailer Interest on Shopping Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.4	<i>An examination of the antecedents of repatronage intentions across different retail store formats</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.5	<i>Revisiting the supermarket in-store customer shopping experience</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.6	Dampak Emosi Positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan dan Daya Tarik Pengecer studi empirik pada Lotte Mart Kelapa Gading Jakarta Utara.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1	Butir Pernyataan <i>Repatronage Intentions</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2	Butir Pernyataan Daya Tarik Pengecer	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3	Butir Pernyataan Kepuasan pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4	Butir Pernyataan Keterlibatan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.5	Butir Pernyataan Emosi Positif	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1	Pengujian Validitas Variabel Emosi Positif	Error! Bookmark not defined.



Tabel 4.2 Pengujian Validitas Variabel Keterlibatan Konsumen..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 Pengujian Validitas Variabel Kepuasan pelanggan..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4 Pengujian Validitas Variabel Daya Tarik Pengecer **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.5 Pengujian Validitas Variabel *Repatronage Intentions* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.7 Persentase Responden berdasarkan Pengalaman Berbelanja di Carrefour MOI **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.8 Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.9 Persentase Responden berdasarkan Usia..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.10 Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan .. **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.11 Skor Rata-rata Emosi Positif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.12 Skor Rata-rata Keterlibatan Konsumen..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.13 Skor Rata-rata Kepuasan pelanggan..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.14 Skor Rata-rata Daya tarik Pengecer **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.15 Skor Rata-rata *Repatronage Intentions* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.16 Hasil Evaluasi Model Struktural **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.17 Pengaruh Langsung Antar Variabel **Error! Bookmark not defined.**

Hak Cipta milik IBIKKG (Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.18 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.19 Pengaruh Total Antar Variabel..... **Error! Bookmark not defined.**

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Omzet Ritel Moderen Nasional	2
Gambar 1.2	Penjualan Ritel Semester I (2016-2017)	4
Gambar 2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	16
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	30
Gambar 3.1	Diagram Alur	46
Gambar 4.1	Logo Carrefour	48
Gambar 4.2	Logo Transmart	49
Gambar 4.3	Hasil Pengujian Hipotesis.....	62

© Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN



© Hak Cipta Milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

LAMPIRAN I

A. Instrumen Penelitian	84
B. Hasil Pengumpulan Data.....	88

LAMPIRAN II

A. Hasil Output	91
1. Validitas (<i>Factor Loading</i> and <i>P-Value</i>).....	91
2. Reliabilitas (<i>Cronbach's Alpha</i>).....	91
3. Profil Responden	92
a. Persentase Responden Berdasarkan Pengalaman Berbelanja di Carrefour MOI	92
b. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	92
c. Persentase Responden Berdasarkan Usia	93
d. Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	93
4. Analisis Variabel	94
a. Skor Rata-rata Emosi Positif.....	94
b. Skor Rata-rata Keterlibatan Konsumen	95
c. Skor Rata-rata Kepuasan pelanggan	96
d. Skor Rata-rata Daya Tarik Pengecer.....	97
e. Skor Rata-rata <i>Repatronage Intentions</i>	98
f. Mean dan Interval 95% Setiap Indikator	99
g. Total Mean dan Interval 95% Setiap Variabel.....	105
5. Hasil Evaluasi Model Struktural (Model Fit)	108

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6.	Hasil Pengujian Hipotesis	108
7.	Pengaruh Langsung Antar Variabel	109
8.	Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel.....	109
9.	Total Pengaruh Antar Variabel	110

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.