

# DAMPAK EMOSI POSITIF DAN KETERLIBATAN KONSUMEN

## © TERHADAP *REPATRONAGE INTENTIONS* DENGAN KEPUASAN DAN DAYA TARIK PENGECEK SEBAGAI PEMEDIASI PADA LOTTE MART KELAPA GADING JAKARTA UTARA

Oleh:

Nama : Silsilia Susanto

NIM : 22140086

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**

**JANUARI 2018**

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



**DAMPAK EMOSI POSITIF DAN KETERLIBATAN KONSUMEN**

**TERHADAP *REPATRONAGE INTENTIONS* DENGAN**

**KEPUASAN DAN DAYA TARIK PENGECEK**

**SEBAGAI PEMEDIASI PADA LOTTE**

**MART KELAPA GADING**

**JAKARTA UTARA**

**Diajukan Oleh**

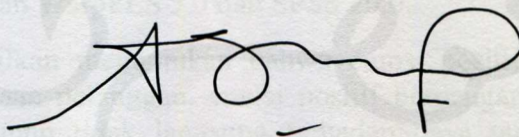
**Nama : Silsilia Susanto**

**NIM : 22140086**

**Jakarta, Januari 2018**

**Disetujui Oleh :**

**Dosen Pembimbing**



**( Ir. Dergibson Siagian, M.M. )**

Belian	.....
Sumbangan	.....
Pengganti Buku Hilang	.....
Fotocopy	.....

*Silsilia - S*

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

**01 MAY 2018**  
**18.04.083**

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.

**Institut Bisnis dan Informatika**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2018**

## ABSTRAK

Silsilia Susanto / 22140086 / Dampak Emosi Positif dan Keterlibatan Konsumen terhadap *Repatronage Intentions* dengan Kepuasan Pelanggan dan Daya Tarik Pengecer Sebagai Pemediasi pada Lotte Mart Kelapa Gading Jakarta Utara / Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Bisnis ritel merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia dan memberikan dampak positif karena meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara. Salah satu bisnis ritel yang sedang berkembang adalah bisnis *hypermarket*. Lotte Mart sendiri merupakan salah satu *hypermarket* yang terbesar di Indonesia dan memiliki banyak pelanggan. Dalam kondisi persaingan yang kompetitif, faktor-faktor seperti emosi positif, keterlibatan konsumen, kepuasan konsumen, dan daya tarik pengecer merupakan hal yang penting dalam menunjang kesuksesan perusahaan. Dengan membuat konsumen memiliki emosi yang positif dalam berbelanja, konsumen akan terlibat langsung dengan produk dan akan memiliki ketertarikan dengan pengecer. Hal tersebut akan menghasilkan kepuasan pelanggan terhadap pengecer dan membuat konsumen memiliki niat untuk datang kembali (*repatronage intentions*). Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Analisis Dampak Emosi Positif dan Keterlibatan Konsumen terhadap *repatronage intentions* dengan Kepuasan pelanggan dan Daya Tarik Pengecer Sebagai Pemediasi pada Lotte Mart Kelapa Gading Jakarta Utara.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi emosi positif, keterlibatan konsumen, kepuasan konsumen, daya tarik pengecer, dan *repatronage intentions*. Kemudian didukung oleh 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*.

Obyek penelitian ini adalah Lotte Mart Kelapa Gading Jakarta Utara. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dan untuk penarikan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Oleh karena itu, kuesioner *online* disebar melalui media *Google Docs* sebanyak 113 responden yang pernah berbelanja di Lotte Mart selama satu bulan terakhir. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan WarpPLS 5.0 dan SPSS 20.0.

Output yang dihasilkan 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 secara langsung dan secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan 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*, 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 kecuali 1 hipotesis yaitu kepuasan pelanggan terhadap *repatronage intentions*.



## ABSTRACT

Silsilia Susanto / 22140086 / *The Impact of Positive Affect and Consumer Involvement On Repatronage Intentions with Satisfaction and Retailer Interest As Mediation On Lotte Mart Kelapa Gading North Jakarta* / Advisor: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Retail business is a burgeoning business in Indonesia and has a positive impact as it increases the country's economic growth. One of the emerging retail businesses is the hypermarket business. Lotte Mart is one of the largest hypermarket in Indonesia and has many customers. In terms of competitive conditions, factors such as positive affect, consumer involvement, customer satisfaction, and retailer interest are important in supporting the company's success. By making consumers have a positive emotion in shopping, consumers will be directly involved with the product and will have an interest in retailers. The result are customer satisfaction with retailers and that will make consumers have the intention to come back (Repatronage Intentions). Therefore, the authors are interested in conducting research on *Analysis the Impact of Positive Affect and Consumer Involvement On Repatronage Intentions with Customer satisfaction and Retailer Interest As Mediation On Lotte Mart Kelapa Gading North Jakarta*.

The supporting theories which were used in this paper are definition of positive affect, consumer involvement, customer satisfaction, retailer interest and repatronage intentions. And then there were supporting theories about the relationship between positive affect with customer satisfaction, positive affect with retailer interest, consumer involvement with retailer interest, customer satisfaction with retailer interest, customer satisfaction with repatronage intentions, retailer interest with repatronage intentions, positive affect with repatronage intentions, consumer involvement with repatronage intentions.

This research object is Lotte Mart Kelapa Gading Jakarta Utara. The method of collecting data in this study using the method of communication and for sampling using non-probability sampling and judgement sampling techniques. therefore, a questionnaire was distributed online through Google Docs media were 113 respondents who had been shopping at Lotte Mart for the past month. The procedure used to test the model and data processing is a structural equation model using WarpPLS 5.0 and SPSS 20.0.

Output generated showed that positive affect positive and significant impact on customer satisfaction, positive affect positive and significant influence either directly or indirectly to the retailer interest, consumer involvement positive and significant impact on retailer interest, customer satisfaction has a positive effect directly and indirectly positive and significant effect on repatronage intentions, retailer interest positive and significant impact on repatronage intentions, positive affect have positive and significant influence indirectly to the repatronage intentions, consumer involvement have positive and significant influence indirectly to the repatronage intentions.

The conclusion from this study was all hypotheses has been proven to have a positive and significant impact except 1 hypotheses is customer satisfaction to repatronage intentions.





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan maupun dorongan secara moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Ir. Dergibson Siagian, M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, serta saran ditengah kesibukan beliau untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staff pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar peneliti selama masa perkuliahan.
3. Keluarga saya yang senantiasa mendukung, membantu, mendoakan dan memberikan perhatian serta dukungan dengan tulus dan luar biasa.
4. Teman-teman terdekat peneliti yang telah mendukung peneliti dari semester 1 hingga sekarang yaitu Sandy Hanjaya, Ria Andika, Sherly Anggreani, Erwin Kusuma, Florencia Indri dan teman-teman taekwondo peneliti yang senantiasa mendukung, membantu dan mendoakan peneliti agar terselesainya skripsi ini.



5. Orang-orang yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti untuk memperoleh buku-buku serta sumber-sumber yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak keterbatasan. Namun, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Januari 2018

Peneliti

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I</b> PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Batasan Penelitian .....	8
E. Rumusan Masalah .....	8
F. Tujuan Penelitian .....	8
G. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II</b> KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori .....	11



Hak cipta dimiliki oleh 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. <i>Repatronage Intentions</i> .....	11
a. Definisi <i>Repatronage Intentions</i> .....	11
b. <i>Repatronage Intentions</i> dan <i>Repurchase Intentions</i> .....	11
c. Pengukuran <i>Repatronage Intentions</i> .....	13
2. Daya Tarik Pengecer .....	13
a. Definisi Daya Tarik Pengecer .....	13
b. Pengukuran Daya Tarik Pengecer .....	14
3. Kepuasan Pengecer .....	15
a. Definisi Kepuasan Pengecer .....	15
b. Konsep Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengecer .....	16
c. Perilaku Pelanggan Berdasarkan Tingkat Kepuasan .....	17
d. Pengukuran Kepuasan Pengecer .....	17
4. Keterlibatan Konsumen .....	18
a. Definisi Keterlibatan .....	18
b. Definisi Keterlibatan Konsumen .....	19
c. Tingkat Keterlibatan Konsumen .....	19
d. Pengukuran Keterlibatan Konsumen .....	21
5. Emosi Positif .....	21
a. Definisi Emosi .....	21
b. Definisi Emosi Positif .....	23
c. Pengukuran Emosi Positif .....	23
B. Penelitian Terdahulu .....	24
C. Kerangka Pemikiran .....	26
1. Pengaruh Emosi Positif terhadap Kepuasan Pengecer .....	26

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.





2. Pengaruh Emosi Positif terhadap Daya Tarik Pengecer .....	27
3. Pengaruh Keterlibatan Konsumen terhadap Daya Tarik Pengecer ....	27
4. Pengaruh Kepuasan Pengecer terhadap Daya Tarik Pengecer .....	27
5. Pengaruh Kepuasan Pengecer terhadap <i>Repatronage Intentions</i> .....	28
6. Pengaruh Daya Tarik Pengecer terhadap <i>Repatronage Intentions</i> .....	28
7. Pengaruh Emosi Positif terhadap <i>Repatronage Intentions</i> .....	29
8. Pengaruh Keterlibatan Konsumen terhadap <i>Repatronage Intentions</i> ...	29
D. Hipotesis Penelitian .....	30

### METODOLOGI PENELITIAN

A. Obyek Penelitian .....	31
B. Desain Penelitian .....	31
C. Variabel Penelitian .....	34
D. Teknik Pengumpulan Data .....	37
E. Teknik Pengambilan Sampel .....	38
F. Teknik Analisis Data .....	39

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	50
B. Analisis Deskriptif .....	52
1. Uji Validitas .....	52
2. Uji Reliabilitas .....	54
3. Profil Responden .....	55
4. Analisis Variabel .....	57
5. Penilaian Model Fit .....	63
6. Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis .....	64

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### BAB III

### BAB IV

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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



C. Hasil Penelitian .....	68
D. Pembahasan .....	69
1. Pengaruh Emosi Positif terhadap Kepuasan Pengecer .....	69
2. Pengaruh Emosi Positif terhadap Daya Tarik Pengecer .....	71
3. Pengaruh Keterlibatan Konsumen terhadap Daya Tarik Pengecer ....	72
4. Pengaruh Kepuasan Pengecer terhadap Daya Tarik Pengecer .....	72
5. Pengaruh Kepuasan Pengecer terhadap <i>Repatronage Intentions</i> .....	73
6. Pengaruh Daya Tarik Pengecer terhadap <i>Repatronage Intentions</i> .....	74
7. Pengaruh Emosi Positif terhadap <i>Repatronage Intentions</i> .....	75
8. Pengaruh Keterlibatan Konsumen terhadap <i>Repatronage Intentions</i> ..	76
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	81
<b>LAMPIRAN</b> .....	84

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

Tabel 1.1	: Pertumbuhan Bisnis Ritel di Indonesia .....	1
Tabel 2.1	: Perilaku Pelanggan Berdasarkan Tingkat Kepuasan .....	17
Tabel 2.2	: Perbedaan Perilaku Konsumen dengan Keterlibatan Tinggi dan Rendah ....	20
Tabel 2.3	: Penelitian Terdahulu Mengenai <i>The Role of Retailer Interest on Shopping Behavior</i> .....	24
Tabel 2.4	: Penelitian Terdahulu Mengenai <i>An examination of the antecedents of repatronage intentions across different retail store formats</i> .....	24
Tabel 2.5	: Penelitian Terdahulu Mengenai <i>Revisiting the supermarket in-store Customer shopping experience</i> .....	25
Tabel 2.6	: Penelitian Terdahulu Mengenai <i>The Role of Retailer Interest on Shopping Behavior</i> .....	26
Tabel 3.1	: Butir Pernyataan Emosi Positif .....	34
Tabel 3.2	: Butir Pernyataan Keterlibatan Konsumen .....	35
Tabel 3.3	: Butir Pernyataan Kepuasan Pengecer .....	35
Tabel 3.4	: Butir Pernyataan Daya Tarik Pengecer .....	36
Tabel 3.5	: Butir Pertanyaan <i>Repatronage Intentions</i> .....	37
Tabel 4.1	: Pengujian Validitas Variabel Emosi Positif .....	52
Tabel 4.2	: Pengujian Validitas Variabel Keterlibatan Konsumen .....	53
Tabel 4.3	: Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pengecer .....	53
Tabel 4.4	: Pengujian Validitas Variabel Daya Tarik Pengecer .....	53
Tabel 4.5	: Pengujian Validitas Variabel <i>Repatronage Intentions</i> .....	54
Tabel 4.6	: Hasil Uji Reliabilitas .....	54

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin IBIKKG.

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



Tabel 4.7	: Persentase Responden berdasarkan Pengalaman Berbelanja di Lotte Mart Kelapa Gading .....	55
Tabel 4.8	: Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.9	: Persentase Responden berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4.10	: Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan .....	57
Tabel 4.11	: Skor Rata-Rata Emosi Positif .....	57
Tabel 4.12	: Skor Rata-Rata Keterlibatan Konsumen .....	59
Tabel 4.13	: Skor Rata-Rata Kepuasan Pengecer .....	60
Tabel 4.14	: Skor Rata-Rata Daya Tarik Pengecer .....	61
Tabel 4.15	: Skor Rata-Rata <i>Repatronage Intentions</i> .....	62
Tabel 4.16	: Hasil Evaluasi Model Struktural .....	64
Tabel 4.17	: Pengaruh Langsung Antar Variabel .....	66
Tabel 4.18	: Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel .....	66
Tabel 4.19	: Pengaruh Total Antar Variabel .....	67

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Pertumbuhan Omzet Bisnis Ritel Modern di Indonesia .....	2
Gambar 2.1	: Konsep Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengecer .....	16
Gambar 2.2	: Kerangka Pemikiran .....	30
Gambar 3.1	: Diagram Path .....	48
Gambar 4.1	: Logo Lotte Mart .....	50
Gambar 4.2	: Gedung Lotte Mart .....	51
Gambar 4.3	: Hasil Pengujian Hipotesis .....	65

© Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

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

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran I

Kuesioner Penelitian .....	84
Data Kuesioner Responden .....	88

### Lampiran II

Hasil Output .....	91
1. Uji Validitas (Factor Loading and P-Value) .....	91
2. Realibilitas (Cronbach's Alpha) .....	91
3. Profil Responden .....	92
a. Persentase Responden berdasarkan Pengalaman Berbelanja di Lotte Mart Kelapa Gading .....	92
b. Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	92
c. Persentase Responden berdasarkan Usia .....	93
d. Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan .....	93
4. Statistik Deskriptif Setiap Variabel .....	94
a. Skor Rata-Rata Emosi Positif .....	94
b. Skor Rata-Rata Keterlibatan Konsumen .....	95
c. Skor Rata-Rata Kepuasan Pengecer .....	96
d. Skor Rata-Rata Daya Tarik Pengecer .....	97
e. Skor Rata-Rata <i>Repatronage Intentions</i> .....	99
f. Mean dan Interval 95% Setiap Indikator .....	101
g. Total Mean dan Interval 95% Setiap Variabel .....	102
5. Hasil Evaluasi Model Struktural .....	103



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.

6. Hasil Pengujian Hipotesis .....	103
7. Pengaruh Langsung Antar Variabel .....	104
8. Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel .....	105
9. Total Pengaruh Antar Variabel .....	105

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.