

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir dengan judul " ANALISIS PENGARUH IN-STORE SHOPPING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DALAM MEMBENTUK REVISITING INTENTION PADA MAJU BERSAMA MEDAN DAN TOKO AGUS MEDAN" ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Manajemen Strata Dua Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA, selaku Executive Director dan Associate Dean UPH Kampus Surabaya yang banyak membantu saya selama berkuliah di UPH Surabaya.
2. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen yang banyak membantu saya selama berkuliah di UPH Surabaya.
3. Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M., CSMA, selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, waktu, dan banyak memberikan masukan kepada penulis.

4. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, waktu, dan banyak memberikan masukan kepada penulis.
5. Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M., selaku Dosen penguji pertama yang banyak memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M., selaku Dosen penguji kedua yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Papa, Mama, dan adik-adik saya yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang.
8. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dan pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 2 Desember 2023

Billie Ewaldo Thonora

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah .....	21
1.3 Rumusan Masalah.....	22
1.4 Tujuan Penelitian .....	24
1.5 Manfaat Penelitian .....	26
1.5.1 Manfaat Teoretis .....	26
1.5.2 Manfaat Praktis .....	26
1.6 Sistematika Penulisan .....	27
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>29</b>
2.1 Landasan Teori .....	29
2.1.1 <i>Revisiting Intention</i> .....	29
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	30
2.1.3 <i>Merchandise Value</i> .....	33
2.1.4 <i>Internal Shop Environment</i> .....	35
2.1.5 <i>Interaction with Staff</i> .....	37
2.1.6 <i>Merchandise Variety</i> .....	39
2.1.7 <i>Presence and Interaction with Other Customers</i> .....	41

2.1.8 <i>In-store Emotions</i> .....	44
2.1.9 <i>In-Store Shopping Experience</i> .....	46
2.2 Penelitian Terdahulu .....	46
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	51
2.3.1 Pengaruh <i>Merchandise Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	51
2.3.2 Pengaruh <i>Internal Shop Environment</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	51
2.3.3 Pengaruh <i>Interaction with Staff</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	52
2.3.4 Pengaruh <i>Merchandise Variety</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	53
2.3.5 Pengaruh <i>Presence and Interaction with Other Customers</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	54
2.3.6 Pengaruh <i>In-store Emotions</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	55
2.3.7 Pengaruh <i>In-Store Customer Shopping Experience</i> Terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> .....	56
2.3.8 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Revisiting Intention</i> .....	57
2.3.9 Pengaruh <i>In-Store Customer Shopping Experience</i> Terhadap <i>Revisiting</i> <i>Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	58
2.4 Model Penelitian .....	58
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	59
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>61</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	61
3.2 Populasi dan Sampel .....	61
3.2.1 Populasi .....	61
3.2.2 Sampel .....	62
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	63
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	67
3.5 Metode Analisis Data .....	69
3.5.1 Pengolahan Data .....	69
3.5.2 Pengujian Hipotesis .....	69
3.5.2.1 Uji Validitas .....	70
3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	71
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	71

3.5.2.4 Analisis Regresi Linear Sederhana ( <i>Simple Linear Regression</i> ) .....	73
3.5.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda ( <i>Multiple Linear Regression</i> ).....	74
3.5.2.6 Koefisien Korelasi (R) .....	75
3.5.2.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	75
3.5.2.8 Uji F .....	76
3.5.2.9 Uji t .....	77
3.5.2.10 Uji Sobel .....	77
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>79</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	79
4.1.1 Gambaran Umum Pasar Swalayan Maju Bersama.....	79
4.1.2 Gambaran Umum Toko Agus Medan.....	80
4.2 Analisis Data.....	80
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	80
4.2.1.1 Karakteristik Responden .....	80
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
4.2.1.4 Tanggapan Responden .....	83
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	89
4.2.2.1 Gambaran Variabel <i>Merchandise Value</i> .....	89
4.2.2.2 Gambaran Variabel <i>Internal Shop Environment</i> .....	92
4.2.2.3 Gambaran Variabel <i>Interaction with Staff</i> .....	94
4.2.2.4 Gambaran Variabel <i>Merchandise Variety</i> .....	96
4.2.2.5 Gambaran Variabel <i>Presence and Interaction with Other Customers</i> .....	99
4.2.2.6 Gambaran Variabel <i>In-store Emotions</i> .....	101
4.2.2.7 Gambaran Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	104
4.2.2.8 Gambaran Variabel <i>Revisiting Intention</i> .....	106
4.2.3 Uji Validitas.....	108
4.2.4 Uji Reliabilitas .....	110
4.2.5 Uji Asumsi Klasik .....	111
4.2.5.1 Uji Normalitas .....	111
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas .....	115

4.2.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	115
4.2.5.4 Uji Linearitas.....	117
4.3 Model Analisis Statistik.....	118
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	118
4.3.2 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	122
4.3.3 Analisis Koefisien Korelasi .....	124
4.3.4 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	125
4.3.5 Hasil Uji Hipotesis.....	126
4.3.5.1 Hasil Uji F.....	126
4.3.5.2 Hasil Uji t .....	126
4.3.5.3 Hasil Uji <i>Sobel</i> .....	129
4.4 Pembahasan .....	137
4.4.1 Pembahasan Hasil Penelitian di Pasar Swalayan Maju Bersama Medan ...	137
4.4.2 Pembahasan Hasil Penelitian di Toko Agus Medan .....	166
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>195</b>
5.1 Kesimpulan.....	195
5.2 Implikasi .....	198
5.2.1 Implikasi Teoretis .....	198
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	204
5.3 Rekomendasi.....	210
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>212</b>

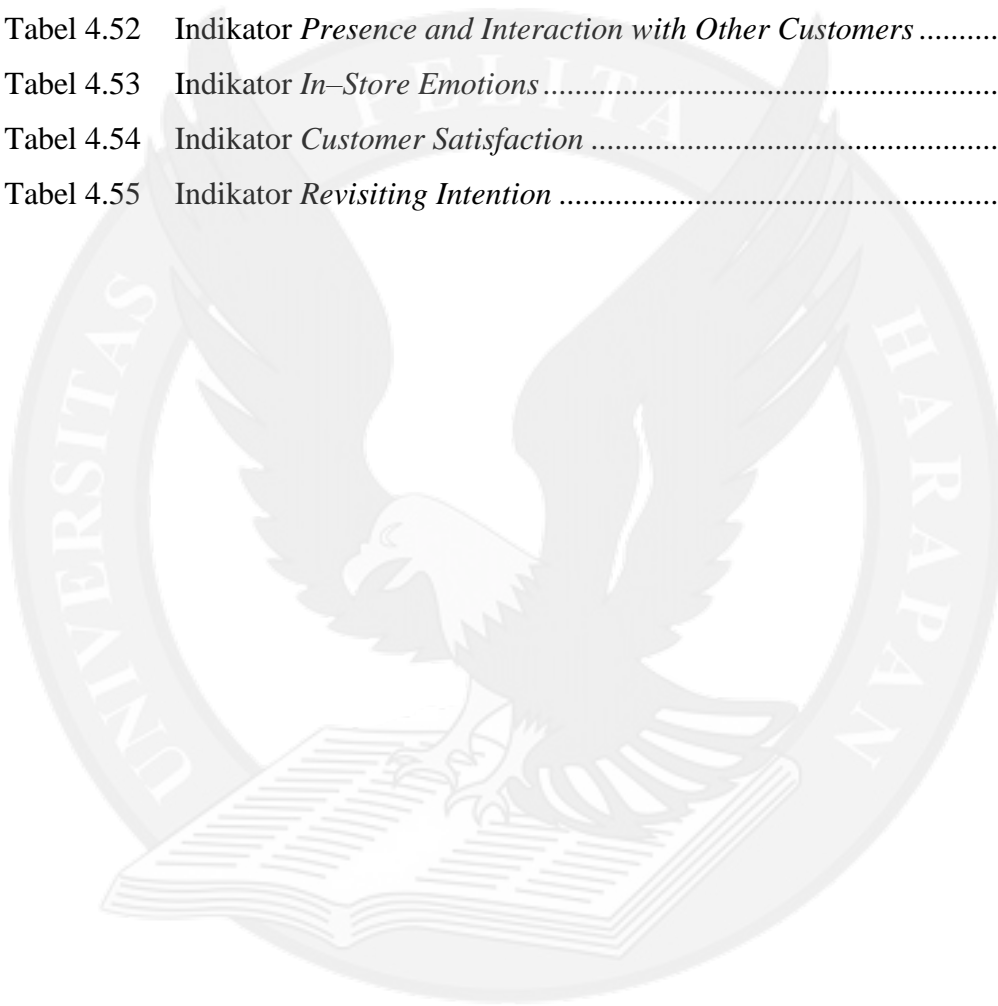
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Distribusi Produk Domestik Bruto Indonesia 2017 – 2021 Berdasarkan Pendekatan Pengeluaran .....	1
Tabel 1.2	Tabel Persebaran Pasar Tradisional dan Toko Swalayan .....	3
Tabel 1.3	Tabel Persaingan Pasar Swalayan di Medan .....	7
Tabel 1.4	Tabel Persaingan Pasar Tradisional di Medan .....	9
Tabel 3.1	Tabel Skala Likert .....	64
Tabel 3.2	Desain Inti Kuesioner .....	64
Tabel 3.3	Tabel Pengukuran Variabel Penelitian dan Definisi Operasional ...	68
Tabel 3.4	Kriteria Uji Normalitas .....	72
Tabel 3.5	Ukuran Pengaruh Koefisien Korelasi .....	75
Tabel 3.6	Ukuran Pengaruh <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> .....	76
Tabel 4.1	Gambaran Umum Responden – Usia.....	81
Tabel 4.2	Gambaran Umum Responden – Jenis Kelamin .....	82
Tabel 4.3	Derajat Penilaian Variabel .....	83
Tabel 4.4	Tanggapan Responden – <i>Merchandise Value</i> .....	84
Tabel 4.5	Tanggapan Responden – <i>Internal Shop Environment</i> .....	84
Tabel 4.6	Tanggapan Responden – <i>Interaction with Staff</i> .....	85
Tabel 4.7	Tanggapan Responden – <i>Merchandise Variety</i> .....	86
Tabel 4.8	Tanggapan Responden – <i>Presence and Interaction with Other Customers</i> .....	87
Tabel 4.9	Tanggapan Responden – <i>In-store Emotions</i> .....	87
Tabel 4.10	Tanggapan Responden – <i>Customer Satisfaction</i> .....	88
Tabel 4.11	Tanggapan Responden – <i>Revisiting Intention</i> .....	89
Tabel 4.12	Gambaran Variabel – <i>Merchandise Value</i> .....	90
Tabel 4.13	Gambaran Variabel – <i>Internal Shop Environment</i> .....	92
Tabel 4.14	Gambaran Variabel – <i>Interaction with Staff</i> .....	94
Tabel 4.15	Gambaran Variabel – <i>Merchandise Variety</i> .....	97

Tabel 4.16	Gambaran Variabel – <i>Presence and Interaction with Other Customers</i> .....	99
Tabel 4.17	Gambaran Variabel – <i>In-store Emotions</i> .....	101
Tabel 4.18	Gambaran Variabel – <i>Customer Satisfaction</i> .....	104
Tabel 4.19	Gambaran Variabel – <i>Revisiting Intention</i> .....	106
Tabel 4.20	Uji Validitas <i>Merchandise Value</i> .....	108
Tabel 4.21	Uji Validitas <i>Internal Shop Environment</i> .....	109
Tabel 4.22	Uji Validitas <i>Interaction with Staff</i> .....	109
Tabel 4.23	Uji Validitas <i>Merchandise Variety</i> .....	109
Tabel 4.24	Uji Validitas <i>Presence and Interaction with Other Customers</i> .....	109
Tabel 4.25	Uji Validitas <i>In-Store Emotions</i> .....	109
Tabel 4.26	Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	110
Tabel 4.27	Uji Validitas <i>Revisiting Intention</i> .....	110
Tabel 4.28	Uji Reliabilitas .....	111
Tabel 4.29	Uji Normalitas.....	112
Tabel 4.30	Uji Multikolinearitas.....	115
Tabel 4.31	Uji Heteroskedastisitas .....	116
Tabel 4.32	Uji Linearitas .....	117
Tabel 4.33	Uji Regresi Linear Berganda .....	118
Tabel 4.34	Uji Regresi Linear Sederhana .....	123
Tabel 4.35	Koefisien Korelasi .....	124
Tabel 4.36	Koefisien Determinasi .....	125
Tabel 4.37	Hasil Uji F.....	126
Tabel 4.38	Hasil Uji t.....	127
Tabel 4.39	Hasil Uji <i>Sobel</i> .....	129
Tabel 4.40	Indikator <i>Merchandise Value</i> .....	150
Tabel 4.41	Indikator <i>Internal Shop Environment</i> .....	152
Tabel 4.42	Indikator <i>Interaction with Staff</i> .....	154
Tabel 4.43	Indikator <i>Merchandise Variety</i> .....	156
Tabel 4.44	Indikator <i>Presence and Interaction with Other Customers</i> .....	158
Tabel 4.45	Indikator <i>In-Store Emotions</i> .....	159



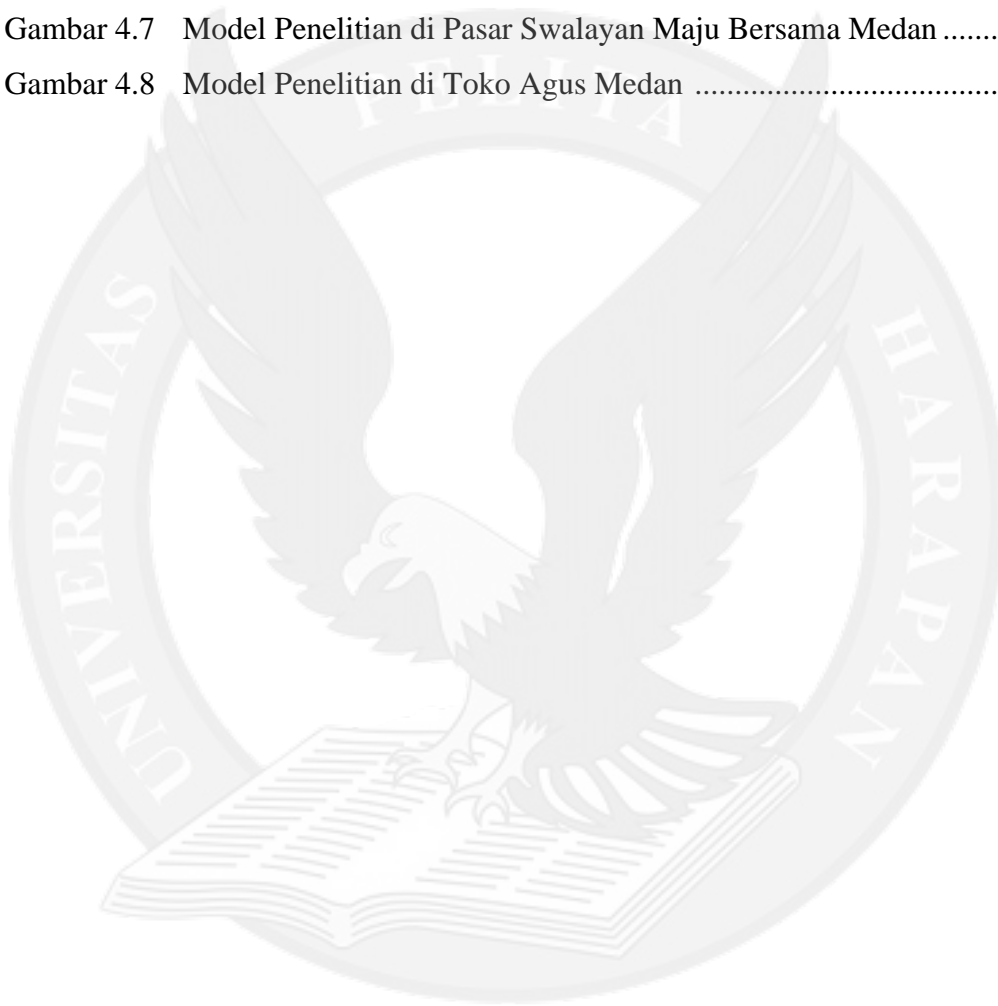
Tabel 4.46	Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	162
Tabel 4.47	Indikator <i>Revisiting Intention</i> .....	164
Tabel 4.48	Indikator <i>Merchandise Value</i> .....	179
Tabel 4.49	Indikator <i>Internal Shop Environment</i> .....	181
Tabel 4.50	Indikator <i>Interaction with Staff</i> .....	183
Tabel 4.51	Indikator <i>Merchandise Variety</i> .....	185
Tabel 4.52	Indikator <i>Presence and Interaction with Other Customers</i> .....	186
Tabel 4.53	Indikator <i>In-Store Emotions</i> .....	189
Tabel 4.54	Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	191
Tabel 4.55	Indikator <i>Revisiting Intention</i> .....	193



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Maju Bersama .....	6
Gambar 1.2	Pasar Swalayan Maju Bersama .....	7
Gambar 1.3	Toko Agus .....	9
Gambar 1.4	Jam Operasional Maju Bersama .....	12
Gambar 1.5	Pelanggan Tetap Toko Agus .....	12
Gambar 1.6	<i>Customer satisfaction</i> Maju Bersama .....	13
Gambar 1.7	<i>Customer satisfaction</i> Toko Agus .....	13
Gambar 1.8	Harga barang Maju Bersama .....	15
Gambar 1.9	Harga barang Toko Agus .....	15
Gambar 1.10	<i>Internal shop environment</i> Maju Bersama .....	16
Gambar 1.11	<i>Internal shop environment</i> Toko Agus .....	16
Gambar 1.12	<i>Interaction with staff</i> di Maju Bersama .....	17
Gambar 1.13	<i>Interaction with staff</i> di Toko Agus .....	17
Gambar 1.14	<i>Merchandise Variety</i> di Maju Bersama .....	18
Gambar 1.15	<i>Merchandise Variety</i> di Toko Agus .....	18
Gambar 1.16	<i>Presence and interaction with other customers</i> di Maju Bersama .....	19
Gambar 1.17	<i>Presence and interaction with other customers</i> di Toko Agus .....	19
Gambar 1.18	<i>In-store emotion</i> Maju Bersama .....	20
Gambar 1.19	<i>In-store emotion</i> Toko Agus .....	20
Gambar 2.1	Model Penelitian Terblanche .....	48
Gambar 2.2	Model Penelitian Supriyono .....	50
Gambar 2.3	Model Penelitian .....	58
Gambar 2.4	Bagan Alur Berpikir .....	59
Gambar 4.1	Grafik P-Plot <i>Customer Satisfaction</i> Pasar Swalayan Maju Bersama Medan .....	113
Gambar 4.2	Grafik P-Plot <i>Revisiting Intention</i> Pasar Swalayan Maju Bersama Medan .....	113

Gambar 4.3	Grafik P-Plot <i>Customer Satisfaction</i> Toko Agus Medan.....	114
Gambar 4.4	Grafik P-Plot <i>Revisiting Intention</i> Toko Agus Medan.....	114
Gambar 4.5	<i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Revisiting Intention</i> Pasar Swalayan Maju Bersama Medan .....	116
Gambar 4.6	<i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Revisiting Intention</i> Toko Agus Medan .....	117
Gambar 4.7	Model Penelitian di Pasar Swalayan Maju Bersama Medan .....	132
Gambar 4.8	Model Penelitian di Toko Agus Medan .....	135



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER .....	A-1
LAMPIRAN B: DATA UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	B-1
LAMPIRAN C: TABULASI KUESIONER <i>MERCHANDISE VALUE</i> .....	C-1
LAMPIRAN D: TABULASI KUESIONER <i>INTERNAL SHOP ENVIRONMENT</i> .....	D-1
LAMPIRAN E: TABULASI KUESIONER <i>INTERACTION WITH STAFF</i> .....	E-1
LAMPIRAN F: TABULASI KUESIONER <i>MERCHANDISE VARIETY</i> .....	F-1
LAMPIRAN G: TABULASI KUESIONER <i>PRESENCE AND INTERACTION WITH OTHER CUSTOMERS</i> .....	G-1
LAMPIRAN H: TABULASI KUESIONER <i>IN-STORE EMOTIONS</i> .....	H-1
LAMPIRAN I: TABULASI KUESIONER <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> .....	I-1
LAMPIRAN J: TABULASI KUESIONER <i>REVISITING INTENTION</i> .....	J-1
LAMPIRAN K: UJI STATISTIK.....	K-1
LAMPIRAN L: TABEL $r$ .....	L-1
LAMPIRAN M: HASIL TURNITIN.....	M-1