

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin memanjatkan syukur dan terima kasih yang luar biasa atas kasih dan karunia Tuhan Allah Bapa yang selama ini senantiasa membimbing dan menuntun setiap langkah yang dicapai oleh penulis hingga akhirnya penulis diberi kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Prof. Louie Divinagracia, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Bapak Ronald Suryaputra ST. MM., selaku dosen pembimbing utama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada penulis dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
3. Ibu Amelia SE, RFP-I, M.M, selaku dosen pembimbing anggota yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Para staff pengajar Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui suatu kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.

5. Para staff administrasi Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.
6. Kedua orang tua khususnya Papa, Mama, Kakak laki-laki penulis yaitu Michael dan keluarga besar saya yang telah banyak membantu dan berdoa untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas-tugas terutama penelitian tugas akhir ini.
7. Teman-teman mahasiswa seperjuangan Kelompok Kathes yaitu Ardhana, Oky, Ian, Sebastian, Sandy, Daniel Paulus, dan Dicky Budiman serta relasi-relasi yang selama ini berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah saling mendukung dan mendoakan agar dapat bersama-sama lulus dengan bangga dan membawa keharuman nama baik Universitas Pelita Harapan Surabaya.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Allah Bapa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 10 Desember 2012

**Christoper Andretta Handono**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.5.2 Manfaat Praktis .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Repurchase Intention .....	9
2.1.2 Trust of Manufacturer .....	10
2.1.3 Trust of Salesperson .....	11
2.1.4 Familiarity .....	12
2.1.5 Service Quality .....	12
2.1.6 Selling Tactics .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	18
2.4 Model Penelitian .....	23
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	24

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1 Populasi.....	25
3.2.2 Sampel.....	26
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	28
3.4.1 Variabel Repurchase Intention.....	29
3.4.2 Variabel Trust of Manufacturer .....	29
3.4.3 Variabel Trust of Salesperson.....	30
3.4.4 Variabel Familiarity .....	31
3.4.5 Variabel Service Quality.....	31
3.4.6 Selling Tactics.....	32
3.5 Metode Analisis Data.....	34
3.5.1 Pengolahan Data .....	34
3.5.2 Pengujian Hipotesis .....	34
3.5.3 Uji Realibilitas .....	43
<b>BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b> .....	45
4.1 Data Deskriptif.....	45
4.2 Proses Dan Hasil Analisis Data .....	48
4.2.1 Evaluasi Normalitas Data.....	50
4.2.2 Evaluasi <i>Outliers</i> .....	51
4.2.2.1 <i>Univariate Outliers</i> .....	51
4.2.2.2 <i>Multivariate Outliers</i> .....	52
4.2.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	53
4.2.4 Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	53
4.2.5 Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	56
4.2.6 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i> .....	58
4.2.7 Pengujian Terhadap Nilai Residual .....	62
4.2.8 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i> .....	62
4.2.8.1 Uji <i>Reliability</i> .....	62
4.2.8.2 <i>Variance Extracted</i> .....	62

4.3 Pengujian Hipotesis .....	64
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1 .....	65
4.3.2 Pengujian Hipotesis 2 .....	65
4.3.3 Pengujian Hipotesis 3 .....	66
4.3.4 Pengujian Hipotesis 4 .....	66
4.3.5 Pengujian Hipotesis 5 .....	67
4.3.6 Pengujian Hipotesis 6 .....	68
4.3.7 Pengujian Hipotesis 7 .....	68
4.3.8 Pengujian Hipotesis 8 .....	69
4.4 Pembahasan.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>75</b>
5.1 Simpulan .....	75
5.1.1 Kesimpulan Atas Hipotesis.....	75
5.1.1.1 Pengaruh <i>Trust of Salesperson</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	75
5.1.1.2 Pengaruh <i>Trust of Manufacturer</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	76
5.2.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian .....	80
5.3 Implikasi .....	81
5.3.1 Implikasi Teoritis .....	81
5.3.2 Implikasi Manajerial .....	84
5.4 Rekomendasi .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN A.....</b>	<b>A-1</b>
<b>LAMPIRAN B.....</b>	<b>B-1</b>
<b>LAMPIRAN C.....</b>	<b>C-1</b>

## DAFTAR GAMBAR

### **BAB II**

2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
2.2 Model Penelitian .....	23
2.3 Bagan Alur Berpikir.....	24

### **BAB III**

3.1 Model Variabel Repurchase Intention .....	29
3.2 Model Variabel Trust of Manufacturer.....	30
3.3 Model Variabel Trust of Salesperson.....	30
3.4 Model Variabel Familiarity.....	31
3.5 Model Variabel Service Quality .....	31
3.6 Model Variabel Selling Tactics .....	32
3.7 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37

### **BAB IV**

4.1 <i>Confirmatory Analysis Exogenous</i> .....	54
4.2 <i>Confirmatory Analysis Endogenous</i> .....	56
4.3 <i>Full Structural Equation Model</i> .....	59

## DAFTAR TABEL

<b>BAB I</b>	
1.1 Tabel Best Global Brand.....	4
1.2 Tabel Top 10 Global Franchise 2012.....	5
<b>BAB III</b>	
3.1 Desain Inti Kuesioner.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.3 Keterangan Dimensi Konstruk.....	36
3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	38
3.5 Hasil Konversi .....	39
3.6 Tabel <i>Goodness of fit index</i> .....	43
<b>BAB IV</b>	
4.1 Statistik Deskriptif .....	45
4.2 Indeks Pengujian Kelayakan Model .....	49
4.3 Hasil Uji Normalitas Data.....	50
4.4 Statistik Deskriptif <i>Z-Score</i> .....	52
4.5 <i>Mahalanobis Distance</i> .....	53
4.6 Nilai Faktor <i>Loading</i> Konstruk Eksogen .....	55
4.7 Uji Bobot Faktor Konstruk Eksogen.....	55
4.8 Nilai Faktor <i>Loading</i> Konstruk Endogen.....	58
4.9 Uji Bobot Faktor Konstruk Endogen .....	56
4.10 Indeks Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	60
4.11 <i>Regression Weight Full Structural Model</i> .....	61
4.12 Hasil <i>Standard Loading Data</i> .....	62
4.13 Hasil <i>Measurement Error Data</i> .....	63
4.14 Perhitungan Realibilitas Data.....	63
4.15 Hasil <i>Square Standardized Loading Data</i> .....	64
4.16 Perhitungan <i>Variance Extracted Data</i> .....	64
4.17 Perbandingan <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i> .....	64
4.18 Hasil Uji Hipotesis.....	69
<b>BAB V</b>	
5.1 Implikasi Teoritis.....	81
5.2 Implikasi Manajerial .....	87

## DAFTAR LAMPIRAN

A. Daftar Pertanyaan.....	89
B. Data Kuesioner.....	91
C. <i>Text Output</i> AMOS .....	92