

**ANALISIS DAMPAK MINAT BELI PELANGGAN DI
TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH**

SKRIPSI

**APRILIA KUMALA SARI
2114000100**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**ANALISIS DAMPAK MINAT BELI PELANGGAN DI
TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH**

SKRIPSI

**APRILIA KUMALA SARI
2114000100**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS DAMPAK MINAT BELI PELANGGAN DI TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kersarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Jakarta, 8 Maret 2019



APRILIA KUMALA SARI

NPM 2114000100

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

ANALISIS DAMPAK MINAT BELI PELANGGAN DI TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Sumitro, M.Sc, dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 8 Maret 2019

Pembimbing



Drs. Sumitro, M.Sc

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, M.Sc





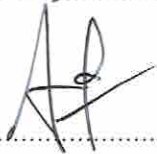
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

ANALISIS DAMPAK MINAT BELI PELANGGAN DI TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 8 Maret 2019 dengan nilai A.

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen)
3.  ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Pembimbing)
4.  ; Gatot Prabantoro, SE, MM
(Anggota Penguji)
5.  ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadiran Allah SWT berikut karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen dan selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam menyusun skripsi ini.
2. Gatot Prabantoro, SE, MM dan Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Pihak PT. Transretail Indonesia yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data peneliti perlukan.
5. Segenap Dosen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan sampai penulis menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
6. Teruntuk orang yang paling berperan paling mendukung keluarga tercinta Ibu, (alm) bapak, kakakku, adikku dan suami tercinta, terima kasih yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Serta para sahabat yang selalu mendukung dan teman – teman Manajemen angkatan 2014/2015 yang sebagian sudah lulus dan semakin memotivasiku untuk semakin semangat menyelesaikan tulisan ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 8 Maret 2019

APRILIA KUMALA SARI

NPM 2114000100

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aprilia Kumala Sari
NPM : 2114000100
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty – Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul :

ANALISIS DAMPAK MINAT BELI PELANGGAN DI TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksektif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikia pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 8 Maret 2019

Yang menyatakan,

Aprilia Kumala Sari

Aprilia Kumala Sari 2114000100	Dosen Pembimbing : Drs. Sumitro, M.Sc
Program Studi S-1 Manajemen	
ANALISIS DAMPAK MINAT BELI PELANGGAN DI TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH	
ABSTRAK	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan persepsi harga terhadap minat beli pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Transmart Carrefour Cempaka Putih. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Teknik pengumpulan sampelnya yaitu <i>purposive sampling</i>. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan mengukur Skala Likert. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur dan uji sobel test untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel intervening terhadap variabel eksogen dan endogen.</p> <p>Hasil dari persamaan substruktur I adalah $Z = 0,377X_1 + 0,264X_2 + 0,299X_3 + 0,659$. Hasil perhitungan substruktur II adalah $Y = 0,189X_1 + 0,243X_2 + 0,247X_3 + 0,286Z + 0,654$. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 37,3% dan signifikan. Pengaruh langsung keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 26,4% dan signifikan. Pengaruh langsung persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 37,3% dan signifikan. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap minat beli pelanggan sebesar 18,9% dan signifikan. Pengaruh langsung keragaman produk terhadap minat beli pelanggan sebesar 24,3% dan signifikan. Pengaruh langsung persepsi harga terhadap minat beli pelanggan sebesar 24,7% dan signifikan. Pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap minat beli pelanggan sebesar 28,6% dan signifikan. Pengaruh tidak langsung dan memediasi kualitas pelayanan terhadap minat beli pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 2,329. Pengaruh tidak langsung dan tidak memediasi keragaman produk terhadap minat beli pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0,9021 dan pengaruh tidak langsung persepsi harga memediasi terhadap minat beli pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 2,183.</p>	
Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Pelanggan	

Aprilia Kumala Sari

Supervisor :

2114000100

Drs. Sumitro, M.Sc

Study Program S-1 Management

ANALYSIS OF THE IMPACT OF INTEREST IN BUYING CUSTOMERS

IN CEMPAKA PUTIH TRANSMART CARREFOUR

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, product diversity, and price perception on customers' buying interest with customer satisfaction as an intervening variable in Cempaka Putih Carrefour Transmart. The population in this study were 97 respondents. The sample collection technique is purposive sampling. The technique of collecting data using a questionnaire by measuring the Likert Scale. This research uses path analysis method and double test to find out how much influence intervening variables have on exogenous and endogenous variables.

The results of the substructure equation I are $Z = 0,377X_1 + 0,264X_2 + 0,299X_3 + 0,659$. The result of calculation of substructure II is $Y = 0,189X_1 + 0,243X_2 + 0,247X_3 + 0,286Z + 0,654$. The direct effect of service quality on customer satisfaction is 37,3% and significant. The direct effect of product diversity on customer satisfaction is 26,4% and significant. The direct effect of price perception on customer satisfaction is 37,3% and significant. The direct effect of service quality on customer buying interest is 18,9% and significant. The direct effect of product diversity on customer buying interest is 24,3% and significant. The direct effect of price perception on customer buying interest is 24,7% and significant. The direct effect of customer satisfaction on customer buying interest is 28,6% and significant. Indirect influence and mediating service quality towards customer buying interest through customer satisfaction of 2,329. Indirect and not mediating influence of product diversity on customer buying interest through customer satisfaction is 0,902 and the indirect effect of price perception mediates on customer buying interest through customer satisfaction of 2,183.

Keywords: Service Quality, Product Diversity, Price Perception, Customer Satisfaction and Customer Buying Interest

2.2.3.1 Indikator Persepsi Harga	23
2.2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	24
2.2.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan	25
2.2.4.1 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	26
2.2.4.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2.5 Pengertian Minat Beli	28
2.2.5.1 Faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen	28
2.2.5.2 Indikator Minat Beli	30
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian	32
2.3.1 Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.3.2.Dampak Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.3.3 Dampak Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.3.4 Dampak Minat Beli Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.3.5 Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pelanggan	32
2.3.6 Dampak Keragaman Produk Terhadap	
Minat Beli Pelanggan	33
2.3.7 Dampak Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	33
2.4. Pengembangan Hipotesis	34
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Strategi Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.2.1 Populasi Penelitian	37
3. 2.2 Sampel Penelitian.....	37

3.3	Data dan Metode Pengumpulan Penelitian	38
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	39
3.4.1	Uji Validitas	43
3.4.2	Uji Reabilitas.....	43
3.5	Metode Analisis Data	44
3.5.1	Metode Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	44
3.5.2	Diagram Jalur dan Persamaan Struktural	44
3.5.3	Uji Hipotesis.....	46
3.5.4	Pengujian Secara Simultan (Uji F)	47
3.5.5	Pengujian Secara Parsial (Uji t)	47
3.5.6	Koefisien Determinasi (R ²)	48
3.5.7	Uji Sobel	48
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Deskripsi Perusahaan	50
4.2	Deskripsi Responden.....	51
4.3	Deskripsi Data	55
4.4	Hasil Pengujian Instrumen	58
4.4.1.	Hasil Uji Validitas	58
4.4.2.	Hasil Uji Reabilitas	61
4.5.	Analisis Statistik Data	62
4.6.	Pengujian Hipotesis Penelitian	70
3.6.1	Dampak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.....	71
3.6.2	Dampak langsung keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan.....	72
3.6.3	Dampak langsung persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.....	72
3.6.4	Dampak langsung kualitas pelayanan terhadap minat beli pelanggan	72
3.6.5	Dampak langsung keragaman produk terhadap minat beli pelanggan	72

3.6.6	Dampak langsung persepsi harga terhadap minat beli pelanggan	73
3.6.7	Dampak langsung kepuasan pelanggan terhadap minat beli pelanggan	73
3.6.8	Dampak tidak langsung kualitas pelayanan terhadap minat beli pelanggan melalui kepuasan pelanggan	73
3.6.9	Dampak tidak langsung keragaman produk terhadap minat beli pelanggan melalui kepuasan pelanggan	73
3.6.10	Dampak tidak langsung persepsi harga terhadap minat beli pelanggan melalui kepuasan pelanggan	74
4.7.	Hasil Uji Sobel	74
4.8.	Temuan Hasil Penelitian	77
BAB IV	SIMPULAN DAN SARAN	81
5.1	Simpulan	81
5.2	Saran.....	83
5.3	Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian	83
	DAFTAR REFERENSI	85
	LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1.	Brand Switching Analysis	3
Tabel 3.1.	Indikator dan sub indikator variabel kualitas pelayanan	40
Tabel 3.2.	Indikator dan sub indikator variabel keragaman produk	41
Tabel 3.3.	Indikator dan sub indikator variabel persepsi harga	41
Tabel 3.4.	Indikator dan sub indikator kepuasan pelanggan	41
Tabel 3.5.	Indikator dan sub indikator minat beli pelanggan	42
Tabel 3.6.	Nilai Pernyataan Skala Likert	42
Tabel 4.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 4.4.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.5.	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	54
Tabel 4.6.	Profil Responden Berdasarkan Aktifitas Berkunjung	55
Tabel 4.7.	Tabel Validitas Instrument per Butir Kualitas Pelayanan...	58
Tabel 4.8.	Tabel Validitas Instrument per Butir Keragaman Produk...	59
Tabel 4.9.	Tabel Validitas Instrument per Butir Persepsi Harga	60
Tabel 4.10.	Tabel Validitas Instrument per Butir Kepuasan Pelanggan	60
Tabel 4.11.	Tabel Validitas Instrument per Butir Minat Beli Pelanggan	61
Tabel 4.12.	Tabel Hasil Reabilitas Instrument Kualitas Pelayanan, Keragamana Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	62
Tabel 4.13.	Koefisien Variabel Kualitas Pelayanan, Keragamana Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	63
Tabel 4.14.	Model Summary Kualitas Pelayanan, Keragamana Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	63
Tabel 4.15.	Annova Kualitas Pelayanan, Keragamana Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	64
Tabel 4.16.	Koefisien Variabel Kualitas Pelayanan, Keragamana Produk Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli	

	Pelanggan	66
Tabel 4.17.	Model Summary Koefisien Variabel Kualitas Pelayanan, . Keragaman Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan.....	67
Tabel 4.18.	Annova Koefisien Variabel Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan	67
Tabel 4.19.	Rangkuman Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Gambar Skema Kerangka Konseptual	35
Gambar 3.1. Gambar Model Diagram Jalur Persamaan I dan II	45
Gambar 3.2. Gambar Model Diagram Jalur Persamaan I	45
Gambar 3.3. Gambar Model Diagram Jalur Persamaan II	46
Gambar 3.3. Gambar Konsep Uji Sobel	48
Gambar 4.1. Gambar Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Pelayanan	56
Gambar 4.2. Gambar Diagram Skala Likert Variabel Keragaman Produk	56
Gambar 4.3. Gambar Diagram Skala Likert Variabel Persepsi Harga	56
Gambar 4.4. Gambar Diagram Skala Likert Variabel Kepuasan Pelanggan	57
Gambar 4.5. Gambar Diagram Skala Likert Variabel Minat Beli Pelanggan	57
Gambar 4.6. Gambar Pengaruh Sub struktur 1: X1, X2, X3 terhadap Z.....	65
Gambar 4.7. Gambar Pengaruh Sub struktur 1: X1, X2, X3, Z terhadap Y	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 2. Tabulasi Skor Responden Kualitas Pelayanan (X ₁).....	94
Lampiran 3. Tabulasi Skor Responden Keragaman Produk (X ₂)	97
Lampiran 4. Tabulasi Skor Responden Persepsi Harga (X ₃)	100
Lampiran 5. Tabulasi Skor Responden Kepuasan Pelanggan (Z)	103
Lampiran 6. Tabulasi Skor Responden Minat Beli Pelanggan (Y)	106
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (X ₁)	109
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas Keragaman Produk (X ₂)	112
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas Persepsi Harga (X ₃)	114
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan (Z)	116
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas Minat Beli Pelanggan (Y)	118
Lampiran 12. Hasil Persamaan Struktural I (X ₁ .X ₂ .X ₃ dan Z)	120
Lampiran 13. Hasil Persamaan Struktural I (X ₁ .X ₂ .X ₃ , Y dan Z)	122
Lampiran 14. Surat Perizinan Riset	124
Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup	125