

**PENGARUH *SERVICE ENCOUNTER QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *REVISIT INTENTIONS*  
PADA KONSUMEN RANCH MARKET  
DI SURABAYA**

SKRIPSI S-1



Oleh:

IVANA PERMATASARI WIBOWO

3103011105

**FAKULTAS BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
2015**

PENGARUH *SERVICE ENCOUNTER QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *SATISFACTION* DAN *REVISIT INTENTIONS* PADA  
KONSUMEN RANCH MARKET  
DI SURABAYA

SKRIPSI  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
IVANA PERMATASARI WIBOWO  
3103011105

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2015

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI S-1

PENGARUH *SERVICE ENCOUNTER QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *SATISFACTION* DAN *REVISIT INTENTIONS* PADA  
KONSUMEN RANCH MARKET  
DI SURABAYA

Oleh:

Ivana Permatasari Wibowo

3103011105

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I



Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si

Tanggal: 18 Jan 2016

Pembimbing II



Veronika Rahmawati, SE., M.Si

Tanggal: 18 Jan 2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Ivana Permatasari Wibowo NRP 3103011105, Telah diuji pada tanggal 30 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji



Ketua Tim Penguji:



Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si

NIK. 311.96.0252

Mengetahui:

Dekan,  
  
  
Dr. Lodovicus Lasdi, M.M  
NIK. 99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK. 311.99.0369

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya :

Nama: Ivana Permatasari Wibowo

NRP : 3103011105

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya:

*PENGARUH SERVICE ENCOUNTER QUALITY DAN SERVICE QUALITY  
TERHADAP SATISFACTION DAN REVISIT INTENTIONS PADA  
KONSUMEN RANCH MARKET  
DI SURABAYA*

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 Januari 2016

Yang menyatakan



(Ivana Permatasari Wibowo)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Ibu Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing I Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang memberikan semangat, dorongan, dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan dapat menyelesaikan skripsi dengan baik .
3. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II, yang selalu memotivasi dalam menyelesaikan skripsi maupun dalam perkuliahan sehari-hari.
4. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan, khususnya dosen-dosen konsentrasi Manajemen Ritel, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta semangat kepada penulis, baik selama perkuliahan maupun di luar jam perkuliahan.
5. Orang tua dan saudara yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman, khususnya angkatan 2011, yang telah memberikan semangat dan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik

7. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya. Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Surabaya, 4 Januari 2016

Ivana Permatasari Wibowo

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. <i>Service Encounter Quality</i> .....	12
2.2.2. <i>Service Quality</i> .....	13
2.2.3. <i>Satisfaction</i> .....	16
2.2.4. <i>Revisit Intentions</i> .....	18
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	20



2.3.1. Pengaruh <i>Service Encounter Quality</i> terhadap <i>Service Quality</i> .....	20
2.3.2. Pengaruh <i>Service Encounter Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	20
2.3.3. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	21
2.3.4. Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intentions</i> .	22
2.4. Model Penelitian.....	23
2.5. Hipotesis Penelitian.....	23
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	24
3.1. Jenis Penelitian.....	24
3.2. Identifikasi Variabel.....	24
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	24
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4.1. Jenis Data.....	26
3.4.2. Sumber Data.....	27
3.5. Pengukuran Variabel.....	27
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	27
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.7.1. Populasi.....	28
3.7.2. Sampel.....	29
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.8 Teknik Analisis Data.....	30
3.8.1. Uji Normalitas.....	30
3.8.2. Uji Validitas.....	30
3.8.3. Uji Reliabilitas.....	31
3.8.4. Uji Kecocokan Model.....	31
3.8.5. Uji Hipotesis.....	32
3.8.6. Model Persamaan Struktural dan Model Persamaan	

Pengukuran.....	32
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1. Data penelitian.....	35
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan...	37
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan...	37
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Intentitas Kunjungan.....	38
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.	39
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	40
4.2.1. Variabel <i>Service Encounter Quality</i> .....	41
4.2.2. Variabel <i>Service Quality</i> .....	42
4.2.3. Variabel <i>Satisfaction</i> .....	43
4.2.3. Variabel <i>Revisit Intentions</i> .....	44
4.3. Uji Asumsi SEM.....	45
4.3.1. Uji Normalitas Data.....	45
4.3.2. Pengujian Validitas.....	47
4.3.3. Pengujian Reliabilitas.....	48
4.4. Evaluasi Kecocokan Model.....	52
4.5. Uji Kecocokan Model.....	54
4.6. Pengujian Hipotesis.....	54
4.7. Pembahasan.....	56
4.7.1. Pengaruh <i>Service Encounter Quality</i> terhadap <i>Service Quality</i> .....	57
4.7.2. Pengaruh <i>Service Encounter Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	58

4.7.3. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	59
4.7.4. Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intentions</i> ..	60
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	62
5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran.....	63
5.2.1. Saran Praktis.....	63
5.2.2. Saran Teoritis.....	64

## **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	11
Tabel 3.1. Skor Jawaban Kuisioner.....	27
Tabel 3.2. Uji Kecocokan Model Penelitian.....	31
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 4.2. Usia Responden.....	36
Tabel 4.3. Pendidikan Responden.....	37
Tabel 4.4. Pekerjaan Responden.....	38
Tabel 4.5. Intensitas Kunjungan Responden.....	39
Tabel 4.6. Penghasilan Responden.....	40
Tabel 4.7. Interval Penilaian.....	40
Tabel 4.8. Deskripsi Indikator Variabel <i>Service Encounter Quality</i> .....	41
Tabel 4.9. Deskripsi Indikator Variabel <i>Service Quality</i> .....	42
Tabel 4.10. Deskripsi Indikator Variabel <i>Satisfaction</i> .....	43
Tabel 4.11. Deskripsi Indikator Variabel <i>Revisit Intention</i> .....	44
Tabel 4.12. <i>Univariate Normality</i> .....	45
Tabel 4.13. <i>Multivariate Normality</i> .....	46
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Service Encounter Quality</i> ..	49
Tabel 4.16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Service Quality</i> .....	50
Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Satisfaction</i> .....	51
Tabel 4.18. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Revisit Intention</i> .....	51
Tabel 4.19. Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.20. Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model.....	54
Tabel 4.21. Pengujian Hipotesis Riset.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	23
--------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Profil Responden

Lampiran 3. Output Univariate Normality dan Multivariate Normality

Lampiran 4. Output Lisrel

Lampiran 5. Path

Lampiran 6. Data Isian Kuesioner

Lampiran 7. Syntax

# **PENGARUH *SERVICE ENCOUNTER QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *REVISIT INTENTIONS* PADA KONSUMEN RANCH MARKET DI SURABAYA**

Email: [ivanawibowo@outlook.com](mailto:ivanawibowo@outlook.com)

## **ABSTRAK**

Supermarket adalah bagian dari pasar masa depan yang dapat menggantikan pasar tradisional yang pasti akan terjadi di masa depan. Supermarket penting karena membantu pelanggan dengan lengkapnya apa yang dijual dan pelanggan juga dapat mendapatkan diskon yang besar di waktu waktu tertentu. Untuk memenangkan kompetisi, suatu supermarket harus memiliki kualitas layanan yang baik dan, agar pelanggan merasa puas dan berkunjung kembali serta merekomendasikannya ke orang lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *service encounter quality* dan *service quality* terhadap *satisfaction* dan *revisit intentions* pada konsumen Ranch Market di Surabaya

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Sedangkan, teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan program LISREL. Data dalam penelitian ini diperoleh langsung dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 170 konsumen Ranch Market di Surabaya, terkumpul sebanyak 159 kuesioner dan hanya 150 kuesioner yang dapat diolah. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *service encounter quality* dan *service quality* terhadap *satisfaction* dan *revisit intention*. Hasil menunjukkan bahwa, *service encounter quality* berpengaruh positif terhadap *service quality*, *service encounter quality* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*, *service quality* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*, *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*.

Kata Kunci: *Service Encounter Quality*, *Service Quality*, *Satisfaction*, *Revisit Intention*

# **PENGARUH *SERVICE ENCOUNTER QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *REVISIT INTENTIONS* PADA KONSUMEN RANCH MARKET DI SURABAYA**

Email: [iyanawibowo@outlook.com](mailto:iyanawibowo@outlook.com)

## **ABSTRACT**

*Supermarket is part of a future market that can replace the traditional markets that will inevitably occur in the future. Supermarket is important because it helps customers to complete what was sold and customers can also get a huge discount on a certain time period. To win the competition, a supermarket must have a good quality service and, in order that the customer is satisfied and to come back and recommend it to others. The purpose of this study was to determine the effect of service encounter quality and service quality to satisfaction and revisit intentions on consumers Ranch Market in Surabaya*

*Techniques used in sampling in this research is purposive sampling technique. Meanwhile, the analytical techniques used are using SEM (Structural Equation Modeling) with LISREL program. The data in this study was obtained directly by distributing questionnaires to 170 customers Ranch Market in Surabaya, collected as many as 159 questionnaires and 150 questionnaires can only be processed. The results showed the influence service encounter quality and service quality against satisfaction and revisit intentions. Results showed that, service encounter quality has positive effect on service quality, service encounter quality has positive effect on satisfaction, service quality has positive influence on satisfaction, satisfaction has positive influence on revisit intentions.*

**Keywords:** *Service Encounter Quality, Service Quality, Satisfaction, Revisit Intentions*