

**PENGARUH *SERVICE ENCOUNTER* TERHADAP MINAT BELI
ULANG MELALUI PENGALAMAN PELANGGAN SEBAGAI
MEDIASI DI ALEX'S SALON TUMAPEL SURABAYA**

Skripsi S-1



**OLEH:
RINI ISLAMIATI
3103012047**

**FAKULTAS BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2016**

**PENGARUH *SERVICE ENCOUNTER* TERHADAP MINAT BELI
ULANG MELALUI PENGALAMAN PELANGGAN SEBAGAI
MEDIASI DI ALEX 'S SALON TUMAPEL SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

**RINI ISLAMIATI
3103012047**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH SERVICE ENCOUNTER TERHADAP MINAT BELI
ULANG MELALUI PENGALAMAN PELANGGAN SEBAGAI
MEDIASI DI ALEX'S SALON TUMAPEL SURABAYA**

OLEH:

RINI ISLAMIATI
3103012047

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



N. Agus Sunarjanto SE., MM.

NIK. 311.92.0194

Tanggal: 31/1/2017



F.N Hendro Susanto, SE., MM.

NIK. 311.9.0365

Tanggal: 31/1/2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: **Rini Islamiati** NRP: 3103012047

Telah diuji pada tanggal **15 Desember 2016** dan dinyatakan **Lulus** oleh
Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



Dr. Cicilia Erna Susilawati, SE., M.Si

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM
NIK. 321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rini Islamiati

NRP : 3103012047

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Encounter Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Pengalaman Pelanggan Sebagai Mediasi di Alex 's Salon Tumapel Surabaya*

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini 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 keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 januari 2017



(Rini Islamiati)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Service Encounter* terhadap Minat Beli Ulang melalui Pengalaman Pelanggan Sebagai Mediasi di Alex’s Salon Tumapel Surabaya”. Untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan dan Bapak Yulius Koesworo, Drs.Ec., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak N.Agus Sunarjanto SE., MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak F.N Hendro Susanto,SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis jurusan Manajemen, khususnya Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM(AP), Ibu Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM, Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM, dan Bapak F.N. Hendro Susanto, SE., MM yang telah memberikan seluruh ilmu pemasaran yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Orang tua yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa tak terhingga bagi penulis selama ini untuk tetap berjuang menyelesaikan studi ini dengan baik dan tepat waktu.
6. Seluruh teman-teman saya, khususnya mahasiswa Konsentrasi Pemasaran yang selalu mendukung dan mengingatkan penulis untuk terus menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga, dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu, penulis tidak menutup kemungkinan adanya saran dan kritik dari semua pihak, dengan harapan dapat menyempurnakan penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 30 Januari 2017

(Rini Islamiati)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	10
2.3. Hubungan Antar Variabel	18
2.4. Model Penelitian	19
2.5. Hipotesis	20

BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1. Desain Penelitian	21
3.2. Identifikasi Variabel	21
3.3. Definisi Operasional Variabel	21
3.4. Jenis dan Sumber Data	23
3.5. Metode Pengumpulan Data	23
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.7. Teknik Analisis Data	25
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Karakteristik Responden	31
4.2. Statistik Deskriptif	34
4.3. Uji Asumsi SEM.....	38
4.4. Uji Keseluruhan Model.....	42
4.5. Persamaan Struktural.....	43
4.6. Pengujian Hipotesis	44
4.7. Pembahasan	45
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1. Simpulan	49
5.2. Saran	50

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Saat Ini	9
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Model Penelitian	30
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Usia.....	33
Tabel 4.3 Pendidikan.....	34
Tabel 4.4 pendapatan	35
Tabel 4.5 Interval Rata-rata Skor.....	36
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Encounter</i>	36
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Pengalaman Pelanggan</i>	37
Tabel 4.8 .Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	38
Tabel 4.9 Uji <i>Univariate Normality</i>	40
Tabel 4.10 Uji <i>Multivariate Normality</i>	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas.....	42
Tabel 4.13 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	43
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis.....	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	20

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Uji Normalitas
- Lampiran 8. Uji Structural Equation Model
- Lampiran 9. Estimates SEM
- Lampiran 10. Standardized SEM
- Lampiran 11. T-value SEM

ABSTRAK

Jasa diproduksi dan dikonsumsi secara simultan dan hampir pada umumnya melibatkan interaksi antara karyawan dan konsumen. Bentuk interaksi seperti jasa dikenal sebagai *Service Encounter*. Disisi lain dengan kualitas pelayanan dan hubungan yang dekat dengan pelanggan dapat memberikan kepuasan sehingga berpengaruh terhadap minat beli ulang pelanggan. Hubungan yang dekat dengan pelanggan ini diperoleh berdasarkan pengalaman pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *Service Encounter* terhadap Minat Beli Ulang di Alex's Salon melalui Pengalaman Pelanggan sebagai Mediasi.

Sampel yang digunakan berjumlah 200 orang konsumen Alex's Salon di Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis *structural equation model*. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *service encounter* ditemukan berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan dan minat beli ulang. Selain itu pengalaman pelanggan juga ditemukan berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: *Service Encounter*; Pengalaman Pelanggan; Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

Services produced and consumed simultaneously and almost imply the interaction between employees and customers. Forms of interaction as the service is known as a Service Encounter. On the other hand with the quality of service and close contact with customers can give you satisfaction so that the effect on interest buy Re customer. Relations with customers is obtained based on the customer experience. This research aims to examine the influence of the Service Encounter against Repurchase Intention in Alex's Salon through customer experience as mediation.

The sample used amounted to 200 people consumers of Alex's Salon in Surabaya. Data were collected using a questionnaire. Analytical techniques used are analysis of structural equation models. The results of this analysis indicate that the service encounter is found to the customer experience and repurchase intention. In addition the customer experience is also found the repurchase intention.

Keywords: Service Encounter; Customer Experience; Repurchase Intention.