

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
NIAT PEMBELIAN ULANG PADA MARKAZ SWALAYAN  
YOGYAKARTA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**THE EFFECT OF PERCEPTION ON QUALITY OF SERVICE TO REPURCHASE  
ON MARKAZ SUPERMARKET IN YOGYAKARTA RELATION WITH  
CUSTOMER SATISFACTION AS MODERATION VARIABLE**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta



Oleh

**WISNU TRI KUNCARA  
20050410062**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2011**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP**  
**NIAT PEMBELIAN ULANG PADA MARKAZ SWALAYAN**  
**YOGYAKARTA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN**  
**SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**THE EFFECT OF PERCEPTION ON QUALITY OF SERVICE TO REPURCHASE**  
**ON MARKAZ SUPERMARKET IN YOGYAKARTA RELATION WITH**  
**CUSTOMER SATISFACTION AS MODERATION VARIABLE**

**Diajukan oleh**  
**WISNU TRI KUNCARA**  
**20050410062**

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Hasnah Rimiati, S.E., M.Si.  
NIK: 143006

Tanggal .....

**SKRIPSI**  
**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP**  
**NIAT PEMBELIAN ULANG PADA MARKAZ SWALAYAN**  
**YOGYAKARTA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN**  
**SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**Diajukan oleh**  
**WISNU TRI KUNCARA**  
**20050410062**

Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 12 Agustus 2011  
Yang Terdiri dari

Misbahul Anwar, S.E. M.Si.  
Ketua Tim Penguji

Hasnah Rimiati, S.E., M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Rita Kusumawati, S.E., M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E. M.Si.  
NIK: 143014

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Winsu Tri Kuncara

Nomor Mahasiswa : 20050410062

Menyatakan bahwa Skripsi ini dengan judul: “Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Markaz Swalayan Yogyakarta Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam Skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 25 Juni 2011

Wisnu Tri Kuncara

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Pada hari ini telah Aku sempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Aku cukupkan kepadamu nikmat-Ku dan telah Aku ridloi Islam jadi agama bagimu”.

(Qs. Al Maidah: 3)

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu berat, kecuali bagi orang-orang yang khusu’.

(Qs. A Baqorah: 45)

“Kesenangan dalam dunia ini tidaklah membahayakan dengan sendirinya, ia baru berbahaya ketika semua itu membuatmu lupa, tidak patuh dan melalaikan Tuhanmu”.

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadiran ALLAH SWT, kupersembahkan karya ini untuk:

- **ALLAH SWT**

Yang telah memberikan nafas dalam hidupku, mengijinkan aku merasakan nikmat-nikmat-Mu dan telah memberikan rahmat dan cinta pada hamba-Nya.

- Kedua orang tuaku yang tercinta dan seluruh keluargaku yang telah mengiringi langkahku dengan dukungan dan doanya.
- Semua teman-teman yang membantuku dan menolongku

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang. Selain itu juga dilakukan pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel pemoderasi. Objek dalam penelitian adalah Markaz Swalayan Yogyakarta dan subyeknya adalah konsumen Markaz Swalayan Yogyakarta. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran angket kepada 100 orang konsumen Markaz Swalayan Yogyakarta. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model moderat regression analysis (MRA).

Hasil pengujian regresi menunjukkan: persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang konsumen Markaz Swalayan Yogyakarta. Pengujian menggunakan MRA menunjukkan pengaruh kualitas layanan terhadap niat pembelian ulang pada Markaz Swalayana Yogyakarta dimoderasi oleh kepuasan pelanggan.

**Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan konsumen dan niat pembelian ulang.**

## **ABSTRACT**

This research aims to analyze the effect of perception on quality of service to repurchase motive. Besides, there was a test on the effect of quality of service to repurchase intention with customer satisfaction as moderation variable. The object of this research is Markaz Supermarket Yogyakarta and the subject is the customers of this supermarket. Data was collected through questionnaire to 100 customers of Markaz Supermarket Yogyakarta. In analyzing the data, the writer employed Moderate Regression Analysis (MRA) model.

Based on the regression test, the result shows that perception on quality of service is positive and significant upon repurchase motive among the customers of Markaz Supermarket Yogyakarta. Based on the MRA test, the result indicates that the effect of quality of service to repurchase motive on Markaz Supermarket Yogyakarta is moderated by the customer satisfaction.

**Keywords: quality of service, customer satisfaction, and repurchase motive**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Sholawat dan salam senantiasa kami panjatkan kepada jujungan Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta mereka yang mengemban sunnah-Nya sampai akhir zaman.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan ramhat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA MARKAZ SWALAYAN YOGYAKARTA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERAST”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat bantuan, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Hasnah Rimiyati, S.E .,M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
3. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi ) ini.



Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 25 Juni 2011

Wisnu Tri Kuncara

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
INTISARI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	5
A. Landasan Teori .....	5
1. Perusahaan Jasa .....	5
2. Perilaku Konsumen .....	6
3. Kualitas Layanan .....	8

4. Dimensi Kualitas .....	10
5. Kepuasan Pelanggan .....	11
6. Niat Pembelian .....	14
B. Penelitian Terdahulu .....	15
C. Hipotesis .....	16
D. Model Penelitian .....	17
BAB III METODE PENELITIAN .....	18
A. Objek/Subjek Penelitian .....	18
B. Teknik Pengambilan Sampel .....	18
C. Jenis Data .....	19
D. Teknik Pengumpulan Data .....	19
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	19
F. Uji Kualitas Instrumen .....	22
1. Uji Validitas .....	22
2. Uji Reliabilitas .....	23
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	23
1. Analisis Deskriptif .....	23
2. Analisis Kuantitatif .....	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	27
1. Sejarah Singkat Markaz Swalayan Yogyakarta .....	27
2. Struktur Organisasi .....	27
B. Uji Kualitas Instrumen .....	28
1. Uji Validitas .....	28

2. Uji Reliabilitas .....	28
C. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	30
1. Analisis Deskriptif .....	30
2. Analisis Kuantitatif .....	32
D. Pembahasan .....	35
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN .....	37
A. Simpulan .....	37
B. Keterbatasan Penelitian .....	37
C. Saran .....	37
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian .....	29
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	30
Tabel 4.3. Karakteristik Responden .....	31
Tabel 4.4. Hasil Perhitungan Regresi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian Ulang .....	32
Tabel 4.5. Hasil Perhitungan Regresi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian Ulang Dimoderasi Kepuasan Konsumen .....	33

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian .....	17
Gambar 4.1. Struktur Organisasi MARKAZ Swalayan Yogyakarta .....	28

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
NIAT PEMBELIAN ULANG PADA MARKAZ SWALAYAN  
YOGYAKARTA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**THE EFFECT OF PERCEPTION ON QUALITY OF SERVICE TO REPURCHASE  
ON MARKAZ SUPERMARKET IN YOGYAKARTA RELATION WITH  
CUSTOMER SATISFACTION AS MODERATION VARIABLE**

**SKRIPSI**



Oleh

**WISNU TRI KUNCARA  
20050410062**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2011**