

**PENGALAMAN INDRAWI, PENGALAMAN EMOSI, PENGALAMAN
SOSIAL, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT BELI
ULANG KONSUMEN PRODUK SEPATU SANDAL
EIGER PADA KOMUNITAS PENCINTA ALAM
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



OLEH:

FARIZ AL-JAUHARI LINTANG
2011210628

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

**PENGALAMAN INDRAWI, PENGALAMAN EMOSI, PENGALAMAN
SOSIAL, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT BELI
ULANG KONSUMEN PRODUK SEPATU SANDAL
EIGER PADA KOMUNITAS PENCINTA ALAM
SURABAYA**

Diajukan oleh :

FARIZ AL-JAUHARI LINTANG

2011210628

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal :

(Lailah Saleh Marta, S.Psi.M.MT., psikolog.)

SKRIPSI

PENGALAMAN INDRAWI, PENGALAMAN EMOSI, PENGALAMAN
SOSIAL, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT BELI
ULANG KONSUMEN PRODUK SEPATU SANDAL EIGER
PADA KOMUNITAS PENCINTA ALAM
SURABAYA

Disusun oleh

FARIZ AL-JAUHARI LINTANG

2011210628

Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 25 Februari 2016

Tim Penguji

Ketua : Drs. Ec. Harry Widyantoro, M.Si

Sekretaris : Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., psikolog.

Anggota : Dra. Lindiawati, M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Fariz Al-jauhari Lintang
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 12 April 1993
N.I.M : 2011210628
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
J u d u l : Pengalaman Indrawi, Pengalaman Emosi,
Pengalaman Sosial, dan Persepsi Kualitas
Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Produk
Sepatu Sandal Eiger Pada Komunitas Pencinta
Alam Surabaya

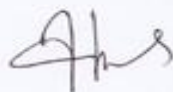
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing

Tanggal :

Tanggal :



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)

(Lailah Saleh Marta, S.Psi., M.MT., psikolog.)

MOTTO



JANGAN LUPA MAKAN SEBELUM

MEMULAI AKTIFITAS

DREAM FOR GOD WILL EMBRACE YOUR

DREAMS

“ PERSEMBAHAN “

Special thank's to :

1. Allah SWT, terimakasih atas segala rahmat dan karuniaMu, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.
2. Skripsi ini kupersembahkan untuk Ibu Siti Jariyah tercinta. Terima kasih karena selalu mendokan dan memberiku semangat positif serta nasehat. Dan juga adik dan kakak saya yang selalu memberika energi positif untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
3. Terima kasih banyak untuk dosen pembimbing Ibu Laila Saleh Marta',S.Psi.M.MT.,psikolog yang sangat sabar dan telaten dalam membimbing saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya dengan baik dan tepat pada waktunya. Dan terimakasih pula untuk para Dosen penguji yaitu Bapak Drs.Ec. Harry Widyanoro, M.Si., Bapak Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH., dan Dra. Lindiawati, M.M.
4. Terima kasih banyak untuk dosen wali Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM. Karena berkat nasihat dan motivasi beliau sehingga saya dapat mengambil program skripsi dan lulus.
5. Terimakasih untuk Aulia Haninta Prameswari yang selalu memotivasi dan tak lelah menyemangati saya. Dan juga bimbingannya sampai saya menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima kasih untuk kakak ganteng mantannya CIA yakni Aldy Rachmatya S.E dan Segenap seluruh sahabat sngkatan 2011 (Achmad Husein, Angga Prastya, Luthfi Rachman, Dimas Bagus Riyadi, Ignatius Danu, Sony, Bombom)
7. Terimakasih untuk segenap keluarga besar ISIS (Ajeng Pusvita, Tassa Amanda, Sugianto Wijaya, Erwin Destiano, Ingrid Vio, Rizal Fil,Fauzy, Tengku Novan, Hamdan, Unnia, Esty) yang selalu bersama-sama berjuang, belajar bareng, dan saling memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini bersama.
8. Terima kasih untuk alam semesta yang selalu memberikan pencerahan ketika saya lelah dan patah semnagat saat menyelesaikannya.
9. Terima kasih untuk seluruh sahabat saya pasukan giras alun-alun, rekan bisnis eat me cafe, dan sahabat saya semuanya.

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga atas Rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen, dengan judul **“Pengalaman Indrawi, Pengalaman Emosi, Pengalaman Sosial, dan Persepsi Kualitas terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Produk Sepatu Sandal Eiger pada Komunitas Pencinta Alam Surabaya”**.

Dalam penyusunan skripsi ini begitu banyak pihak yang telah membantu dan membimbing, maka pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Lutfi, SE., M.Fin. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Ibu Lailah Saleh Marta', S.Psi., M.MT., psikolog, selaku dosen pembimbing dalam pembuatan skripsi yang telah banyak memberi arahan selama pengerjaan skripsi ini
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran
5. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

6. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

7. Seluruh Rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Surabaya, April 2016

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesa Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Batasan Penelitian.....	32
3.3 Identifikasi Variabel.....	32
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.5 Instrumen Penelitian.....	40
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	45
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.9 Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	55
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	55
4.2 Analisis Data.....	60
4.3 Pembahasan.....	76

BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Keterbatasan Penelitian	82
5.3 Saran	82

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 1.1	Tabel Top Brand Fir Index 8
TABEL 2.1	Perbedaan Dan Persamaan Penelitian Terhadap Penelitian Sekarang 18
TABEL 3.1	Kisi-Kisi Kuesioner 40
TABEL 3.2	Uji Durbin Watson 51
TABEL 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 56
TABEL 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ... 57
TABEL 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 58
TABEL 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 59
TABEL 4.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar 60
TABEL 4.6	Hasil Uji Realiabilitas Instrumen Penelitian Sampel Besar 62
TABEL 4.7	Skala Interval 63
TABEL 4.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengalaman Indrawi 64
TABEL 4.9	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengalaman Emosi 65
TABEL 4.10	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengalaman Sosial 67
TABEL 4.11	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengalaman Persepsi Kualitas 68
TABEL 4.12	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli Ulang 69
TABEL 4.13	Uji Normalitas 70
TABEL 4.14	Uji Multikolinearitas 71
TABEL 4.15	Uji Autokolerasi 72
TABEL 4.16	Durbin Watson Test Bond 73
TABEL 4.17	Koefisien Determinasi Variabel Pengalaman Indrawi, Pengalaman Emosi, Pengalaman Sosial, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Ulang 74
TABEL 4.18	Hasil Perhitungan Uji F 75
TABEL 4.19	Hasil Perhitungan Uji T 76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1 Kerangka Pemikiran Jurnal Amir Nasermodeli <i>et al</i>	15
GAMBAR 2.2 Kerangka Pemikiran Jurnal Ayu Sari Prastyaningsih <i>et al.</i> ..	16
GAMBAR 2.3 Kerangka Pemikiran Jurnal Mohammad Reza Jalilvand	17
GAMBAR 2.4 Kerangka Pemikiran Sekarang	29
GAMBAR 4.5 Uji Heteroskedastisitas.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Analisis Data Responden
- Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 : Analisa Tanggapan Responden
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Hasil Output Spss Linier Berganda



SENSORY EXPERIENCE, EMOTIONAL EXPERIENCE, SOCIAL EXPERIENCE, AND PERCEPTION QUALITY OF REPURCHASE INTENTION SHOES SANDALS EIGER IN NATURE LOVERS COMUNITY SURABAYA

Fariz Al-jauhari Lintang
Student of Marketing Management
STIE Perbanas Surabaya

Email: lintangnusantaraadventure@gmail.com

Abstact

This study aims describe and analyze the effect of variables sensory experience, emotional experience, sosial experience, and perceived quality on repurchase intention. Type of research is explanatory research with quantitative approach. Data collection by questionnaires given 100 respondents from nature lovers community Surabaya. The data analysis technique used is multiple linier regression. The results of the study explained that the sensory experience, emotional experience, and social experience not all positive and significant impact jointly on repurchase intention. The results also showed a positive and significant effect independently of variable sensory experience, emotional experience, and social experience on repurchase intention. Variable emotional experience is the dominant variable affecting repurchase intention.

Keywords: *Sensory Experience, Emotional Experience, Social Experience, Perception Quality, Repurchase Intention*

**PENGALAMAN INDRAWI, PENGALAMAN EMOSI, PENGALAMAN
SOSIAL DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT BELI
ULANG KONSUMEN SEPATU SANDAL EIGER
PADA KOMUNITAS PECINTA ALAM
SURABAYA**

ABSTRAK

Fariz Al-jauhari Lintang
STIE Perbanas Surabaya

Email : lintangnusantaraadventure@gmail.com

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh variabel pengalaman indrawi, pengalaman emosional, pengalaman sosial, dan persepsi kualitas terhadap niat beli ulang. Jenis penelitian ini adalah penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dengan kuesioner yang diberikan 100 responden dari pecinta alam Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier. Hasil penelitian menjelaskan bahwa pengalaman indrawi, pengalaman emosional, dan persepsi kualitas semua pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap niat beli ulang sedangkan pengalaman sosial tidak pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap niat beli ulang. Hasil penelitian juga menunjukkan efek positif dan signifikan secara independen dari pengalaman indrawi, pengalaman emosional, pengalaman sosial, dan persepsi kualitas terhadap niat beli ulang. pengalaman emosional variabel adalah variabel dominan yang mempengaruhi niat beli ulang.

Kata Kunci : Pengalaman Indrawi, Pengalaman Emosi, Pengalaman Sosial, Persepsi Kualitas, Niat Beli Ulang