

**PERSEPSI PENGUNJUNG PADA UNSUR AKTIVITAS BELANJA DAN
HIBURAN DALAM EVENT JAKCLOTH SERTA PENGARUHNYA PADA
WORD OF MOUTH DAN REPURCHASE INTENTION DENGAN NILAI
YANG DIRASAKAN DAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI**

SKRIPSI



Nama : Andi Subehan Jaya

NIM : 43112010294

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2016

**PERSEPSI PENGUNJUNG PADA UNSUR AKTIVITAS BELANJA DAN
HIBURAN DALAM EVENT JAKCLOTH SERTA PENGARUHNYA PADA
WORD OF MOUTH DAN REPURCHASE INTENTION DENGAN NILAI
YANG DIRASAKAN DAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi S1
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Andi Subehan Jaya

NIM : 43112010294

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andi Subehan Jaya

NIM : 43112010294

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembuatan skripsi ini apabila terbukti membuat tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Januari 2016



Andi Subehan Jaya

NIM : 43112010294

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

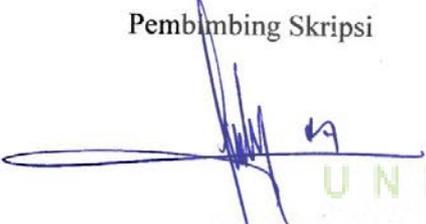
Nama : Andi Subehan Jaya
NIM : 43112010294
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Persepsi Pengunjung Pada Unsur Aktivitas Belanja dan Hiburan Dalam Event Jakcloth serta Pengaruhnya pada Word of Mouth dan Repurchase Intention dengan Nilai yang Dirasakan dan Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi

Tanggal Lulus Ujian : 28 Januari 2016

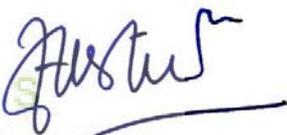
Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji


(Endi Rekarti SE., ME)

Tanggal : 02/02/2016


(Hesti Maheswari, SE., M.Si)

Tanggal : 02/02/2016

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1


(Prof. Dr. Wiwik Utami Ak., MS., CA)

Tanggal : 06/02/2016


(Dr. Rina Astini SE., MM)

Tanggal : 6/2 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat MENCAPAI GELAR Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa *perceived shopping*, *perceived entertainment*, *perceived value*, *customer satisfaction*, *word of mouth* dan *repurchase intention*. Adapun judul dari penelitian ini **Persepsi Pengunjung Pada Unsur Aktivitas Belanja Dan Hiburan Dalam Event Jakcloth Serta Pengaruhnya Pada Word of Mouth Dan Repurchase Intention Dengan Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi**. Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada :

1. Keluarga Besar dari penulis khususnya orang tua penulis Ibu Rusmini yang telah memberikan dukungan, doa, serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, peran beliau sungguh sangat berarti bagi penulis serta dukungan dari kakak penulis Efadia dan abang penulis Alfian Dwi Prasetyo.
2. Dr.Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Endi Rekarti, SE., ME. selaku pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.
5. Jajaran Program studi manajemen S1, ibu Dr. Rina Astini SE., MM selaku kaprodi manajemen S1, ibu Luna Haningsih, SE., ME dan ibu Hesti Maheswari, SE., M, Si selaku sekretaris I dan sekretaris II Program Studi Manajemen S1.
6. Terima kasih untuk teman-teman satu kelompok bimbingan skripsi antara lain: Ario Nugroho, Dian Puji Arifiansyah, Eggy Pratama Yudha, Ida Fatmawati, Mia Utami, Luthfi, Nurzaimah Arifiyanti, Riduan Aldina Fikri, Siti Kholija yang saling memberi semangat dan saling membantu dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi.
7. Keluarga Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Angkatan 2012 termasuk teman – teman satu jurusan di Manajemen , semoga kita semua menjadi orang sukses dan dapat mencapai cita-cita yang diharapkan. Aamiin.
8. Sahabat-sahabat penulis Agus edi Sukarton dan Reni Utami terima kasih atas dukungan kalian penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Pasangan mentor skripsi penulis Yogi Hermawan S.P. dan Reny Eka Hadiyanti yang berkontribusi membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

10. Teman-teman seperjuangan keluarga Ronin NF Retno Ristiana, Talitha Nindia Rahma, Sarah Azzahra, Riri Febriana, Faizah Epot, Dara Aulia Akbar, atas doa, semangat, motivasi dan kebersamaannya.
11. Teman-teman Timphuk FC yang selalu memberikan dukungan, semangat dan motivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Teman-teman A4 Adam Cules, Ariel Shugo, Azies dan Agung Umar yang selalu memberikan semangat penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan hati kalian. Skripsi yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Januari 2016

Hormat Penulis,

Andi Subehan Jaya

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Kontribusi Penelitian	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Event Marketing.....	10
1. Pengertian Event Marketing.....	10
2. Konsep Strategi Event Marketing.....	13

B. Perilaku Konsumen.....	17
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	18
C. Variabel Perceived Shopping Value.....	21
1. Pengertian Perceived Shopping Value	21
2. Dimensi Perceived Shopping Value	22
a. Hedonic Shopping Value.....	22
b. Utilitarian Shopping Value	25
D. Variabel Perceived Entertainment Value.....	26
1. Pengertian Perceived Entertainment Value.....	26
E. Variabel Perceived Value.....	31
1. Pengertian Perceived Value	31
2. Dimensi Perceived Value.....	33
F. Variabel Customer Satisfaction.....	34
1. Pengertian Customer Satisfaction.....	34
2. Indikator Customer Satisfaction	36
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Customer Satisfaction	37
4. Cara Mengukur Customer Satisfaction	38

G. Variabel Word of Mouth	40
1. Pengertian Word of Mouth.....	40
2. Indikator Word of Mouth	41
3. Manfaat Word of Mouth.....	42
H. Variabel Repurchase Intention	43
1. Pengertian Repurchase Intention	43
2. Pengertian Repeat Customer	44
3. Indikator Repurchase Intention.....	45
I. Penelitian Terdahulu.....	46
J. Kerangka Konseptual	47
K. Pengembangan Hipotesis	48

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	49
1. Waktu Penelitian.....	49
2. Tempat Penelitian	49
B. Desain Penelitian	50
C. Skala Pengukuran Variabel	50
D. Operasional Variabel Penelitian	50
E. Metode Pengumpulan Data	55

F. Populasi dan Sampel	56
1. Populasi Penelitian.....	56
2. Sampel Penelitian.....	57
G. Metode Analisis Data	58
1. <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	58
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	60
3. Pengujian Hipotesis	67
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Event Jakarta Clothing	69
1. Waktu dan Tempat Penelitian	72
2. Karakteristik Profil Responden	72
B. Analisis Deskriptif Variabel.....	79
1. Analisis Deskriptif Variabel Perceived Shopping	79
2. Analisis Deskriptif Variabel Perceived Entertainment.....	80
3. Analisis Deskriptif Variabel Perceived Value	85
4. Analisis Deskriptif Variabel Customer Satisfaction	87
5. Analisis Deskriptif Variabel Word of Mouth.....	89
6. Analisis Deskriptif Variabel Repurchase Intention	90
C. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel	92
1. Hasil Uji Validitas Variabel	92

2.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	97
D.	Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran	98
1.	Uji Kecocokan Model Pengukuran Untuk Masing-Masing Variabel Penelitian	98
2.	Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	107
3.	Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	109
4.	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	111
5.	Uji Kecocokan Model Struktural (Standart Solution)	113
E.	Analisis Hasil Penelitian.....	116
1.	Analisis Perceived Shopping Terhadap Perceived Value	116
2.	Analisis Perceived Entertainment Terhadap Perceived Value..	117
3.	Analisis Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction.....	117
4.	Analisis Customer Satisfaction terhadap Word of Mouth.....	118
5.	Analisis Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention	119
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	KESIMPULAN.....	120
B.	SARAN	121
DAFTAR PUSTAKA		125
LAMPIRAN		127

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Jumlah Pengunjung Event Jakarta Clothing dari Th 2009 s/d 2015	4
2.1	Penelitian Terdahulu	46
3.1	Operasionalisasi Variabel	51
3.2	Instrumen Skala Likert	56
3.3	Goodness of Fit Index	66
4.1	Analisis Deskriptif Variabel Perceived Shopping	80
4.2	Analisis Deskriptif Variabel Perceived Entertainment	84
4.3	Analisis Deskriptif Variabel Perceived Value	87
4.4	Analisis Deskriptif Variabel Customer Satisfaction.....	89
4.5	Analisis Deskriptif Variabel Word of Mouth	90
4.6	Analisis Deskriptif Variabel Repurchase Intention.....	92
4.7	Uji Validitas Variabel Perceived Shopping	93
4.8	Uji Validitas Variabel Perceived Entertainment.....	94
4.9	Uji Validitas Variabel Perceived Value	95
4.10	Uji Validitas Variabel Customer Satisfaction.....	96
4.11	Uji Validitas Variabel Word of Mouth	96
4.12	Uji Validitas Variabel Repurchase Intention	97

4.13	Uji Validitas Reliabilitas Variabel Penelitian.....	98
4.14	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....	109
4.15	Hasil Uji Kecocokan Struktural Model Penelitian	111
4.16	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	112



DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Efektifitas Event Marketing	12
2.2	Alasan Event Marketing Dinilai Efektif.....	13
2.3	Kerangka Konseptual	47
4.1	Jakarta Clothing New Year Carnival 2015	71
4.2	Jenis Kelamin Responden	73
4.3	Usia Responden	74
4.4	Frekuensi Tingkat Kunjungan	75
4.5	Jumlah Uang Yang Dikeluarkan.....	76
4.6	Durasi Informasi Yang Diperoleh	77
4.7	Model Pengukuran Variabel Perceived Shopping.....	99
4.8	Model Pengukuran Variabel Perceived Entertainment	100
4.9	Model Pengukuran Variabel Perceived Value.....	102
4.10	Model Pengukuran Variabel Customer Satisfaction	103
4.11	Model Pengukuran Variabel Word of Mouth.....	105
4.12	Model Pengukuran Variabel Repurchase Intention.....	106
4.13	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian	108
4.14	Model Struktural (T-VALUE)	110

4.15	Uji Kecocokan Model Struktural (Standart Solution).....	113
------	---	-----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	128
Lampiran 2	Tabulasi Karakteristik Responden dan Data Kuesioner....	136
Lampiran 3	Analisis Deskriptif Variabel.....	144
Lampiran 4	Uji Validitas Variabel Penelitian (Output LISREL).....	148
Lampiran 5	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian (Output SPSS).....	151
Lampiran 6	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	153
Lampiran 7	Hasil Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	156
Lampiran 8	Model Struktural (Uji T)	158

