

**PENGARUH TINDAKAN PERLINDUNGAN COVID – 19
TERHADAP *SATISFACTION* DAN *REPURCHASE INTENTION*
DIMEDIASI OLEH *ATTITUDE TOWARD PROTECTIVE* DAN
SAFETY DURING SHOPPING PADA SUPERMARKET
HYPERMART**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
PERSYARATAN DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
DEPARTEMEN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH:
MASNANIA ISLAMMIATI
NIM: 041611223020**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

PENGARUH TINDAKAN PERLINDUNGAN COVID-19 TERHADAP
SATISFACTION DAN *REPURCHASE INTENTION* DIMEDIASI OLEH
ATTITUDE TOWARD PROTECTIVE DAN *SAFETY DURING SHOPPING*
PADASUPERMARKET HYPERMART

DIAJUAKAN OLEH :
MASNANIA ISLAMMIATI
NIM : 041611223020

Surabaya, 16 Januari 2022
Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji
Dosen Pembimbing,



Prof. Dr. Tanti Handriana, SE., M.Si
NIP : 196905181993032001

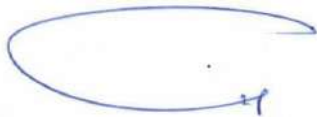
SKRIPSI

**PENGARUH TINDAKAN PERLINDUNGAN COVID – 19 TERHADAP
SATISFACTION DAN *REPURCHASE INTENTION* DIMEDIASI OLEH
ATTITUDE TOWARD PROTECTIVE DAN *SAFETY DURING SHOPPING*
PADA SUPERMARKET HYPERMART**

**DIAJUAKAN OLEH :
MASNANIA ISLAMMIATI
NIM : 041611223020**

TELAH DITERIMA DAN DISETUJUI DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



TANGGAL 17-02-2022

**Prof. Dr. Tanti Handriana, SE., M.Si
NIP : 196905181993032001**

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



TANGGAL 18-02-2022

**Dr. Dien Mardhiyah, SE., M.Si
NIP: 197211181999032001**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya Masnania Islammiati, 041611223020, menyatakan bahwa :

- 1 Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun perguruan tinggi lainnya.
- 2 Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
- 3 Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 26 Desember 2021



Masnania Islammiati

NIM : 041611223020

ABSTRAK

Virus COVID-19 atau coronavirus menyebar dengan cepat ke seluruh dunia, pada Maret 2020 yang dinyatakan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Hingga saat ini bermunculan kasus COVID-19 dengan varian baru. Virus corona menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian. Virus corona dapat menyerang siapa saja, seperti lansia (golongan usia lanjut), orang dewasa, anak-anak, bayi, bahkan ibu hamil dan ibu menyusui. Coronavirus (COVID-19) termasuk krisis kesehatan global dan terbukti menjadi bencana di seluruh dunia. Virus corona menyebabkan banyak sektor yang terdampak yaitu perekonomian, kesehatan, terutama sektor yang bergantung terhadap interaksi manusia dan kebutuhan pangan seperti perusahaan ritel yang mengalami dampak buruk termasuk supermarket Hypermart yang menjual kebutuhan masyarakat sehari-hari namun masyarakat takut untuk keluar rumah dan adanya pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tindakan perlindungan COVID-19 yang dilakukan oleh supermarket Hypermart terhadap *satisfaction with measures against COVID-19* dan *repurchase intention* yang dimediasi oleh *Attitude toward protective* serta *safety during shopping*.

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuisioner sebagai alat dalam pengumpulan data serta menggunakan Smart PLS dalam mengolah data. Responden diambil dari konsumen supermarket Hypermart yang datang pada saat pandemi COVID-19. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara tindakan perlindungan COVID-19 terhadap *attitude toward protective measures against COVID-19*, *safety during shopping* namun tidak berpengaruh terhadap *satisfaction with measures against COVID-19* dan *repurchase intention*. Karena perlu adanya mediasi dari *variable attitude toward protective measures against COVID-19* yang berpengaruh terhadap *Satisfaction* dan *repurchase intention*. *Variable safety during shopping* juga berpengaruh terhadap *satisfaction with measures against COVID-19* namun tidak berpengaruh terhadap variabel *repurchase intention*. Serta *variable satisfaction with measures against COVID-19* berpengaruh juga pada *repurchase intention*.

Kata Kunci : COVID-19, virus corona, tindakan perlindungan COVID-19, *attitude*, *safety during shopping*, *satisfaction*, *repurchase intention*, dan supermarket Hypermart.

ABSTRACT

COVID-19 virus or Coronavirus has spread rapidly to all over the world, on March 2020 which declared as a pandemic by World Health Organization or WHO. Until now, new variants have continued to emerge. Corona Virus can cause minor disturbances of respiratory system, severe lung infections. and even death. Corona virus can attack anyone, such as old people (old age), adult, children, baby, even a pregnant women and breastfeeding mothers. Coronavirus (COVID-19) is a global health crisis and it has proven to be a disaster all over the world. Corona Virus effected many sectors such as economy, health, especially sectors which are highly dependent on human interaction, such as retail that have influenced the worst impacts include Hypermart supermarket which sells daily people needs and lots of people afraid to leave their house and there are implementation of large scale social restriction that's the aim of this study to determine to know the action of COVID-19 protection taken by Hypermart supermarket towards satisfaction with measures against COVID-19 and repurchase intention which mediated Attitude toward protective and safety during shopping.

In this research use quantitative method using questionnaire as a tool in collecting data and using Smart PLS in processing data. Respondents were taken from Hypermart Supermarket consumers who came during the COVID-19 pandemic. The results of this study indicate there are positive influence between COVID-19 protective measurement against COVID-19, safety during shopping but it is not influenced towards satisfaction with measures against COVID-19 and repurchase intention. Because it needs a mediation from variable attitude toward protective measures against COVID-19 which influenced towards Satisfaction and repurchase intention. Variable safety during shopping influenced also towards satisfaction with measures against COVID-19 but not influenced towards variable repurchase intention. Also, the variable satisfaction with measures against COVID-19 influenced also towards to repurchase intention.

Keywords: COVID-19, Corona Virus, Protective measures against COVID-19, safety during shopping, satisfaction, repurchase intention, and Hypermart supermarket.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wata'ala yang telah memberikan waktu, Kesehatan, kemudahan, dan ketabahan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Tindakan Perlindungan Covid – 19 Terhadap *Satisfaction* Dan *Repurchase Intention* Dimediasi Oleh *Attitude Toward Protective* Dan *Safety During Shopping* Pada Supermarket Hypermart” ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelas sarjana ekonomi. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberi segala bentuk dukungan materi, bimbingan, arahan, saran, motivasi pendapat hingga fasilitas untuk penulis hingga bisa mencapai tahap ini. Oleh karenanya dengan segenap hati penulis ingin memberikan ucapan terima kasih kepada :

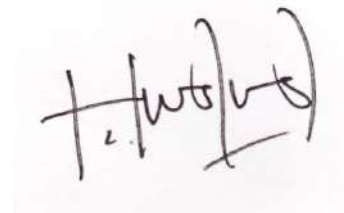
1. Prof. Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak., CMA., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
2. Dr. Gancar Candra Premananto, S.E., M.Si selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
3. Dr. Dien Mardhiyah, SE.,M.Si. selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
4. Prof. Dr. Tanti Handriana, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, waktu, tenaga serta kesabarannya selama proses membimbing penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah berbagi ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Orang tua, kakak, suami, mertua serta seluruh keluarga yang telah memberikan doa, dukungan dan yang telah membantu menjaga anak serta memberikan motivasi bagi penulis.
7. Edo Galih Permadi yang memberikan bantuan penjelasan, tata cara dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Apriliya, Fandi Pratiyas, Very Diantoro dan Agus Lastomo yang selalu meluangkan waktu untuk menemani saat proses pengerjaan skripsi
9. Azizul Ainun teman berjuang dalam proses pengerjaan skripsi agar sama-sama mendapatkan gelar sarjana ekonomi.

10. Guru-guru TK ISLAM NABAWI yang memberikan izin, dukungan, pengertian untuk bisa focus dan memprioritaskan mengerjakan skripsi.
11. Teman-teman S1 Alih Jenis Manajemen angkatan 2016 yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas dukungan dan waktu yang telah dilewati selama masa perkuliahan.

Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada penulisan skripsi ini. Segala kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu dalam perbaikan skripsi ini agar dapat bermanfaat untuk berbagai pihak.

Surabaya, 26 Desember 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Masnania Islammiati', is written over a light pink rectangular background.

Masnania Islammiati

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
1.5 Sistematika Penelitian.....	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pandemi COVID-19	16
2.1.2 Tindakan Perlindungan Terhadap COVID-19	18
2.1.3 <i>Attitude</i>	20
2.1.4 <i>Safety</i>	22
2.1.5 <i>Satisfaction</i>	23
2.1.6 <i>Behavior Intention</i>	25
2.1.7 <i>Repurchase Intention</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu	29

2.2.1	<i>Protective measures against COVID-19 and the business strategies of the retail enterprises: Differences in gender, age, education, and income among shoppers (Untaru dan H.Han, 2020)</i>	29
2.2.2	<i>Purchase experience during the COVID- 19 pandemic and social cognitive theory: The relevance of consumer vulnerability, resilience, and adaptability for purchase satisfaction and repurchase</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3	Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	31
2.3.1	Tindakan Perlindungan COVID-19 Terhadap <i>Attitude toward protective measures against COVID-19</i>	31
2.3.2	Tindakan Perlindungan COVID-19 Terhadap <i>Safety During Shopping</i>	33
2.3.3	Tindakan Perlindungan COVID-19 Terhadap <i>Customer Satisfaction With Measures against COVID-19</i>	34
2.3.4	Tindakan Perlindungan COVID-19 Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	37
2.3.5	<i>Attitude Toward Protective Terhadap Customer Satisfaction With Measures against COVID-19</i>	38
2.3.6	<i>Attitude Toward Protective Terhadap Repurchase Intention</i>	39
2.3.7	<i>Safety During Shopping Terhadap Customer Satisfaction</i>	40
2.3.8	<i>Safety During Shopping Terhadap Repurchase intention</i>	40
2.3.9	<i>Satisfaction Terhadap Repurchase intention</i>	41
2.4	Model Analisis	42
BAB III		44
METODE PENELITIAN		44
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Identifikasi Variabel	45
3.2.1	Variabel Eksogen	45
3.2.2	Variabel Endogen	45
3.3	Definisi Operasional	46
3.3.1	Tindakan Perlindungan terhadap COVID-19	46
3.3.2	<i>Attitude Toward Protective Measures against COVID-19</i>	47
3.3.3	<i>Safety During Shopping</i>	48

3.3.4	<i>Satisfaction With Measures against COVID-19</i>	48
3.3.5	<i>Repurchase intention</i>	49
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	50
3.5	Metode Pengumpulan Data	50
3.6	Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
3.6.1	Metode Pengambilan Sampel.....	52
3.7	Teknik Analisa Data	52
3.7.1	Measurement (<i>Outer</i>) Model	53
3.7.2	Structural (<i>inner</i>) Model	54
BAB 4		56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	56
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	58
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.3	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	59
4.3.1	Variabel Tindakan Perlindungan terhadap COVID-19	60
4.3.2	Variabel <i>Attitude Toward Protective Measures against COVID-19</i>	63
4.3.3	Variabel <i>Safety During Shopping</i>	65
4.3.4	Variabel <i>Satisfaction With Measures against COVID-19</i>	66
4.3.5	Variabel <i>Repurchase Intention</i>	67
4.4	Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	69
4.4.1	Evaluasi <i>Outer Model</i>	70
4.4.1.1	Convergen Validity.....	70
4.4.1.2	Discriminant	70
4.4.1.3	Validitas.....	72
4.4.1.4	Composite.....	73
4.4.2	Evaluasi (<i>Inner</i>) Model.....	75

4.5	Pembahasan.....	80
4.5.1	Pengaruh tindakan Perlindungan COVID-19 terhadap <i>Attitude Toward Protective Measures against COVID-19</i>	80
4.5.2	Pengaruh tindakan Perlindungan COVID-19 terhadap <i>Safety During Shopping</i>	81
4.5.3	Pengaruh Tindakan Perlindungan COVID-19 terhadap <i>Satisfaction With Measures against COVID-19</i>	81
4.5.4	Pengaruh Tindakan Perlindungan COVID-19 terhadap <i>Repurchase Intention</i>	82
4.5.5	Pengaruh <i>Attitude Toward Protective Terhadap Customer Satisfaction With Measures against COVID-19</i>	83
4.5.6	Pengaruh <i>Attitude Toward Protective Measure against COVID-19 Terhadap Repurchase Intention</i>	83
4.5.7	Pengaruh <i>Safety During Shopping Terhadap Customer Satisfaction With Measures against COVID-19</i>	84
4.5.8	Pengaruh <i>Safety During Shopping Terhadap Repurchase Intention</i>	84
4.5.9	Pengaruh <i>Customer Satisfaction With Measures against COVID-19 Terhadap Repurchase Intention</i>	85
BAB V		87
SIMPULAN DAN SARAN		87
5.1	Simpulan	87
5.2	Kontribusi Penelitian	88
5.2.1	Saran Bagi Praktisi	88
5.2.2	Saran Bagi Akademik	89
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	89
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	57
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.5	Kategori Mean Dari Skor Interval.....	59
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tindakan Perlindungan COVID-19.....	61
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Attitude Toward Protective Measures Against COVID-19</i>	63
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Safety During Shopping</i> ..	64
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Satisfaction With Measures Against COVID-19</i>	66
Tabel 4.10	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Repurchse Intention</i>	67
Tabel 4.11	Nilai <i>Outer Louding</i>	69
Tabel 4.12	Nilai <i>Cross Loading</i>	71
Tabel 4.13	Nilai <i>Avarage Variant Estracted</i>	72
Tabel 4.14	Nilai <i>Composite Realibility</i>	73
Tabel 4.15	Nilai <i>R-Square</i>	75
Tabel 4.16	<i>Path Coefficient</i>	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kasus perkembangan Positif COVID-19 Maret 2021	2
Gambar 1.2 Kasus Perkembangan Positif COVID-19 Per hari Maret 2021	2
Gambar 1.3 Top <i>Brand Index</i> Fase 2 Hypermart	5
Gambar 2.1 Tindakan pencegahan COVID-19 Menurut Shahbaz et al, 2020	20
Gambar 2.2 Skema Teori <i>Behavior Intention</i>	27
Gambar 2.3 Model Analisis	44
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i>	68
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i>	74

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 *Frequencies* Demografi Responden
- Lampiran 3 *Descriptives* Indikator Pertanyaan
- Lampiran 4 Hasil Olah Data