

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *STORE ENVIRONMENT*  
TERHADAP *STORE IMAGE* MELALUI VARIABEL MEDIASI  
*SERVICE QUALITY* PADA KONSUMEN ADIDAS TUNJUNGAN  
PLAZA SURABAYA**

**Skripsi S-1**



**Oleh :  
ADI BUDIONO SUGANA PUTRA  
3103012088**

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

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP  
*STORE IMAGE* MELALUI VARIABEL MEDIASI *SERVICE QUALITY*  
PADA KONSUMEN ADIDAS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

SKRIPSI S1

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

ADI BUDIONO SUGANA PUTRA

3103012088

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

**HALAMAN PERSETUJUAN  
SKRIPSI**

**PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP *STORE IMAGE*  
MELALUI VARIABEL MEDIASI *SERVICE QUALITY* PADA  
KONSUMEN ADIDAS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**OLEH:  
ADI BUDIONO SUGANA PUTRA  
3103012088**

**Telah Disetujui dan Diterima  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji**

Pembimbing I,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM., QWP

Tanggal: 14 Jan 2016

Pembimbing II,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si

Tanggal: 14 Jan 2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Adi Budiono Sugana Putra NRP 3103012088,  
Telah diuji pada tanggal 29 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh tim  
penguji.


Ketua Tim Penguji:



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

NIK. 311.95.0228

Mengetahui:

Dekan,  
  
Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



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 Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ADI BUDIONO SUGANA PUTRA  
NRP : 3103012088  
Judul Skripsi : PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP *STORE IMAGE* MELALUI VARIABEL MEDIASI *SERVICE QUALITY* PADA KONSUMEN ADIDAS TUNJUNGAN PLAZA 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, 29 Januari 2016

Yang menyatakan



(Adi Budiono Sugana Putra)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul; Pengaruh Faktor-Faktor *Store Environment* Terhadap *Store Image* Melalui Variabel Mediasi *Service Quality* Pada Konsumen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya ini dengan baik. Penulis sangat bersyukur kerana telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan laporan ini dapat selesai dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya..
3. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Christina Esti Susanti SE., MM., CPM (AP), selaku dosen wali yang membimbing dan memberi arahan dalam menimba ilmu.
5. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM., QWP selaku Dosen Pembimbing I yang memberikan bimbingan dan saran yang membantu penulisan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan bimbingan dan saran yang membantu penulisan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
8. Kepada keluarga saya yang telah memberikan banyak dukungan dan doa dalam penyusunan skripsi ini serta selama studi yang saya tempuh.
9. Segenap Staf Tata Usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan skripsi.
10. Kepada teman-teman yaitu Fumiko, Erisca, Osvaldo, Reinaldo, Sicilia, Fransnardo, Mellisa, Michelle Augustin, dan lainnya serta kepada keluarga PASKIBRA Widya Mandala yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, terima kasih atas semangat, bantuan, saran, dan doanya.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Surabaya,.....

Adi Budiono Sugana Putra

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	9
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	13
2.3. Kerangka Berpikir.....	29
2.4. Hipotesis.....	30
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Desain Penelitian .....	31
3.2. Identifikasi Variabel.....	31



3.3. Definisi Operasional Variabel.....	31
3.4. Pengukuran Variabel.....	34
3.5. Jenis dan Sumber Data .....	35
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.8. Teknik Analisis Data.....	37
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Karakteristik Responden.....	43
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	47
4.3. Uji Asumsi SEM.....	51
4.4. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	53
4.5. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	55
4.6. Estimasi Model Struktural.....	56
4.7. Uji Kecocokan Model Struktural.....	56
4.8. Pembahasan.....	59
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan.....	68
5.2. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Indeks Kepuasan Pelanggan.....	3
Tabel 2.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang .....	12
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden .....	46
Tabel 4.2. Usia Responden.....	47
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden.....	47
Tabel 4.4. Pernah Berbelanja Minimal 2 Kali Di Adidas Tunjungan Plaza Surabaya Dalam Periode Waktu 3-6 Bulan Terakhir.....	48
Tabel 4.5. Interval Rata-Rata Variabel Penelitian.....	49
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Ambient Factor</i> .....	50
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Design Factor</i> .....	51
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Factor</i> .....	52
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	53
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Image</i> .....	54
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas <i>Univariate</i> .....	55
Tabel 4.12. Hasil Uji Normalitas <i>Multivariate</i> .....	56
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.15. Ikhtisar <i>Goodness of-Fit</i> .....	58
Tabel 4.16. Hasil Uji Hipotesis.....	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir.....	29
Gambar 4.1. Estimasi Model SEM ( <i>Estimates</i> ).....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3a. Hasil Kuesioner Variabel *Ambient Factor*
- Lampiran 3b. Hasil Kuesioner Variabel *Design Factor*
- Lampiran 3c. Hasil Kuesioner Variabel *Social Factor*
- Lampiran 3d. Hasil Kuesioner Variabel *Service Quality*
- Lampiran 3e. Hasil Kuesioner Variabel *Store Image*
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. Model SEM (*Estimates*)
- Lampiran 9. Model SEM (*t-value*)

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *STORE ENVIRONMENT*  
TERHADAP *STORE IMAGE* MELALUI VARIABEL MEDIASI  
*SERVICE QUALITY* PADA KONSUMEN ADIDAS TUNJUNGAN  
PLAZA SURABAYA**

**ABSTRAK**

*Store environment* memiliki tiga faktor yaitu *ambient factor*, *design factor*, dan *social factor*. *Ambient factor* adalah stimulus yang mengacu pada unsur-unsur nonvisual (misalnya, suhu, musik, dan pencahayaan) dampak yang menyatakan bawah sadar konsumen. *Design factor* adalah rangsangan yang mewakili unsur-unsur visual dari ruang (misalnya, tata letak, warna serta elemen arsitektur) yang ada di garis depan kesadaran seorang konsumen. *Social factor* adalah rangsangan yang mencakup kehadiran karyawan dan pelanggan di toko. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh *store environment* terhadap *store image* melalui variabel mediasi *service quality* pada konsumen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya. Sampel yang digunakan berjumlah 105 orang konsumen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *structural equation model*. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *ambient factor*, *design factor*, *social factor* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *service quality*, dimana *service quality* sebagai variabel mediasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *store image*.

**Kata Kunci:** Lingkungan toko; Faktor Ambient; Faktor Desain; Faktor Sosial; Kualitas Layanan; Citra Toko

***THE EFFECT OF STORE ENVIRONMENT FACTORS TO STORE  
IMAGE THROUGH THE MEDIATING VARIABLES OF SERVICE  
QUALITY TO CONSUMERS ADIDAS TUNJUNGAN PLAZA  
SURABAYA***

***ABSTRACT***

*Store environment has three factors, namely ambient factors, design factors, and social factors. Ambient factor is the stimulus that refers to the elements of nonvisual (eg, temperature, music, and lighting) stating subconscious impact consumers. Design factor is the stimulus that represents the visual elements of space (for example, layout, color and architectural elements) that is in the forefront of consumer consciousness. Social factors are stimuli that include the presence of employees and customers in the store. The purpose of this research is to see the effect of store environment to store image through the mediating variables of service quality to consumers Adidas Tunjungan Plaza Surabaya. The sample was 105 people consumers Adidas Tunjungan Plaza Surabaya. Data were collected using a questionnaire. The analysis technique used is structural equation models. Results of this analysis indicate that ambient factors, design factors, social factors and significant positive effect on service quality, where service quality as a mediating variable is also positive and significant impact on store image.*

***Keywords:*** *Store Environment; Ambient Factor; Design Factor; Social Factor; Service Quality; Store Image*