

Konsentrasi/BidangMinat:

RITEL

***PENGARUH PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY DAN
ATMOSPHERE TERHADAP EMOTION DAN BEHAVIORAL
INTENTION DI HERO SUPERMARKET***

Skripsi S-1



OLEH:

FRANSISCUS BISMOADI REZA

3103007294

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2012

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*,
ATMOSPHERE, TERHADAP *EMOTION* DAN *BEHAVIORAL*
INTENTION DI HERO SUPERMARKET**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

FRANSISCUS BISMOADI REZA CHRISAMSI

3103007294

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY DAN ATMOSPHERE TERHADAP EMOTION DAN BEHAVIORAL INTENTION DI HERO SUPERMARKET

Oleh :
Fransiscus Bismoadi Reza
3103007294

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Pada Ujian Tugas Akhir Skripsi

Pembimbing I,



Dr.C.Erna Susilowati, M.Si
Tanggal 24 Juli 2012

Pembimbing II,



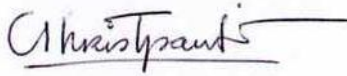
Elisabeth Supriharyanti, SE.M.Si
Tanggal 23 Juli 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: FRANSISCUS BISMOADI REZA CHRISAMSI,
NRP 3103007294

Telah diuji pada tanggal 27 Juli 2012 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

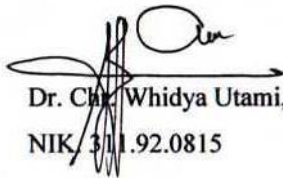
Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPMAP

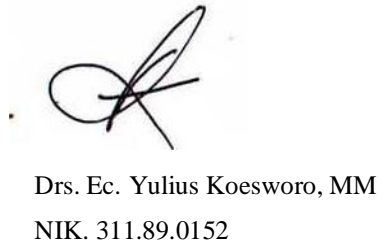
Mengetahui :

Dekan



Dr. Ch. Whidya Utami, MM.
NIK. 311.92.0815

Ketua Jurusan



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
NIK. 311.89.0152

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSetujuan PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fransiscus Bismoadi Reza Chrisamsi

NRP : 3103007294

Judul Skripsi : Pengaruh Product Quality, Service Quality, Atmosphere terhadap emotion dan behavioral Intention di HERO Supermarket

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya tulis ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (digital library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Juli 2012

Yang Menyatakan,



(Fransiscus Bismoadi Reza Chrisamsi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Yulius Runtu, M.Si., selaku Sekretaris Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr.C.Erna Susilowati., selaku dosen pembimbing I jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Ibu Elisabeth S,SE,Msi., selaku dosen pembimbing II jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Terimakasih terhadap papa Ir.G.Herry Purwoko MT, mama Maria Nawang Eka, dan adik Gregorius Bimoandre Revan Chrisandy yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. *Second Family* antara lain Bara Kusuma Wibawa, Cahyaning Puri, Arta Kustianingsih yang selalu ada untuk mendukung terhadap skripsi ini.
9. Dewi Komang tercinta yang dengan penuh setia serta sabar rela menanti sambil memberikan perhatian, semangat dan dorongan agar segera menyelesaikan skripsi tepat waktu.
10. Teman-teman SMAK antara lain: Bernadien Kristia Devi, St. Yoga, Nungky Ribka yang telah memberikan dukungan dan doa.
11. Teman-teman Limited , antara lain : Rizky Johanes Claire (Jason/kiki), Jeremia Soetanto, Alexander Micky Soeharja, Gisela Larasati yang telah menjadi teman dalam yang selalu ada untuk mendukung dan memberikan semangat terhadap skripsi ini.
12. Teman-teman di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya antara lain : Ricky Ramdan, Lisa Steven, Shieny Wibisono, Della Setyani, Sepkiani Sugiarto, Johanes, Samuel Hadi, Setiawan Nugroho, Susana Natalia dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu dalam memberikan doa, semangat, waktu, dan sebagainya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

13. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya.

Akhir dari kata kami sadari bahwa penulisan buku ini jauh dari sempurna dan masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka kami harap kritik dan saran guna perbaikan pada kesempatan di masa yang akan datang. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semuanya, terima kasih.

Surabaya, Juli 2012

Penulis

Fransiscus Bismoadi Reza

DAFTAR ISI

Halaman	
Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	vi
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Lampiran.....	ix
Abstrak.....	x
<i>Abstract</i>	xi
Bab 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Pembahasan.....	8
Bab 2 Tinjauan Kepustakaan.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.3. Model Analisis.....	20
2.4. Hubungan Antar Variable.....	21
2.5. Kerangka Konseptual.....	24
2.6. Hipotesis Penelitian.....	24
Bab 3 Metode Penelitian.....	26
3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Identifikasi Variabel.....	27
3.3. Model Penelitian.....	27

3.4. Definisi Operasional Variabel.....	27
3.5. Populasi dan Sampel.....	30
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	31
3.7. Data dan Sumber Data.....	31
3.8. Teknik Analisis Data.....	32
Bab 4 Analisis Dan Pembahasan.....	45
4.1. Deskripsi Data.....	45
4.2. Analisis Data.....	52
4.3. Pembahasan.....	65
Bab 5 Simpulan Dan Saran.....	73
5.1. Simpulan.....	73
5.2. Saran.....	75
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	76
Daftar Kepustakaan	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1. Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini.....	10
2.2. Indikator Positive dan Negative.....	18
3.1. Ukuran Kecocokan Mutlak.....	37
3.2. Ukuran Kecocokan Inkremental.....	38
3.3. Goodness of Fit Indices.....	39
3.3. Ukuran Kecocokan Parsimoni.....	41
4.1. Karakteristik Responden.....	45
4.2. Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	47
4.3. Statistik Deskripsi Variabel <i>Product Quality</i>	47
4.4. Statistik Deskripsi Variabel <i>Atmosphere</i>	48
4.5. Statistik Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>	49
4.6. Statistik Deskripsi Variabel <i>Positive Emotion</i>	50
4.7. Statistik Deskripsi Variabel <i>Negative Emotion</i>	50
4.8. Statistik Deskripsi Variabel <i>Behavioral Intention</i>	51
4.9. Uji Normalitas.....	52
4.10. Uji <i>Outlier</i> dengan Metode <i>Mahalanobis</i>	54
4.11. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	55
4.12. <i>Goodness of Fit Index</i>	57
4.13. Uji Hipotesis.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	24
4.1. Hasil Analisis Jalur.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

Lampiran 2. Hasil Kuisisioner

Lampiran 3. Hasil Frequency

Lampiran 4. Hasil Deskriptive

Lampiran 5. *Measurement Model*

Lampiran 6. *Model Fit Summary*

Lampiran 7. *Structural Equation Modelling*

ABSTRAK

Perkembangan perusahaan ritel saat ini makin berkembang sehingga perusahaan bersaing untuk memberikan layanan dan juga format ritel yang dibutuhkan saat ini guna mencari pelanggan baru dan melihat emosi para konsumen. Salah satunya adalah HERO *supermarket* yang merupakan ritel global dan terdapat di seluruh dunia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Product Quality*, *Atmosphere* dan *Service Quality* melalui *Positive Emotion* dan *Negative Emotion* terhadap *Behavioral Intention* pada HERO *supermarket*.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Sedangkan, teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program *Analysis of Moment Structure*. Responden yang diambil berasal dari seluruh konsumen HERO *supermarket*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Product Quality*, *Atmosphere* dan *Service Quality* terhadap *Positive Emotion*, *Negative Emotion* dan *Behavioral Intention*.

Kata Kunci : *Product Quality*, *Atmosphere*, *Service Quality*, *Positive Emotion*, *Negative Emotion*, dan *Behavioral Intention*.

EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND EMOTION AND BEHAVIORAL ATMOPHARE INTENTION TO HERO IN THE SUPERMARKET

ABSTRACT

Development of the retail company is currently growing so that companies compete to provide services and retail formats are also needed at this time to seek new customers and seeing the emotions of the consumer. One of these is the HERO supermarket which is a global retail presence throughout the world. The purpose of this study was to determine the effect of Product Quality, Atmosphere and Service Quality through Positive Emotion and Negative Emotion on Behavioral Intention on supermarket HERO.

Techniques used in the sampling in this study were non-probability sampling. Meanwhile, the analytical techniques used are using Structural Equation Modeling (SEM) with Analysis of Moment Structure program. Respondents were drawn from all consumers HERO supermarket.

The results showed that there is influence of Product Quality, Atmosphere and Service Quality of the Positive Emotion, Negative Emotion and Behavioral Intention.

Keyword: Product Quality, Atmosphere, Service Quality, Positive Emotion, Negative Emotion, and Behavioral Intention.