

**PENGARUH *GREEN IMAGE* PADA *UTILITARAIN VALUE* DAN  
*HEDONIC VALUE* TERHADAP *STORE LOYALTY* PADA THE  
BODY SHOP DI SURABAYA**

**Skripsi S-1**



**Oleh :  
NOVITA CHINTYIA NINGSIH  
3103011037**

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

PENGARUH *GREEN IMAGE* PADA *UTILITARAIN VALUE* DAN  
*HEDONIC VALUE* TERHADAP *STORE LOYALTY* PADA THE BODY  
SHOP DI SURABAYA

SKRIPSI

DIAJUKAN KEPADA  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Bidang Studi Manajemen

OLEH:

NOVITA CHINTYIA NINGSIH

3103011037

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2016

## 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 : Novita Chintyia Ningsih

NRP : 3103011037

Judul Skripsi : PENGARUH GREEN IMAGE PADA UTILITARIAN  
VALUE DAN HEDONIC VALUE TERHADAP  
STORE LOYALTY PADA THE BODY SHOP  
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 ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Yang Menyatakan,



(Novita Chintyia Ningsih)

# HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PENGARUH *GREEN IMAGE* PADA *UTILITARAIN VALUE*  
DAN *HEDONIC VALUE* TERHADAP *STORE LOYALTY* PADA THE  
BODY SHOP DI SURABAYA

Oleh :

Novita Chintyia Ningsih  
3103011037

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM

Tanggal : 6 Desember 2016

Pembimbing II,



Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto, MM.

Tanggal : 6 Desember 2016.

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Novita Chintyia Ningsih

NRP : 3103011037

Telah diuji pada tanggal dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji :



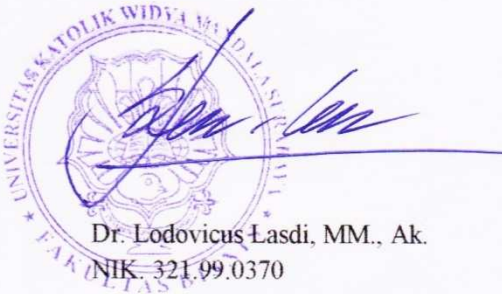
Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.

NIK. 311.02.0543

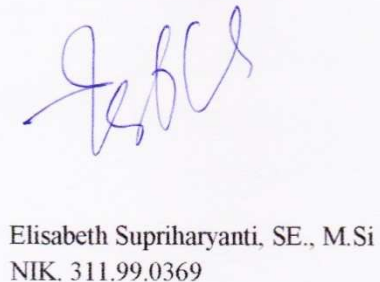
Mengetahui:

Dekan ,

Ketua Jurusan,



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



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si  
NIK. 311.99.0369

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada TUHAN YESUS KRISTUS, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan campur tangan TUHAN YESUS KRISTUS segala kendala yang dihadapi dalam proses pengerjaan skripsi dapat terlewati dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih dan penghormatan yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak 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. Ibu Dr. Diyah Tulipa, SE., MM. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan yang sangat berguna, dan saran-saran yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto, MM. selaku dosen pembimbing I yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal.

6. Kepada orang tua atas doa yang telah dipanjatkan demi tercapainya penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada Mariono sekeluarga selaku penyemangat penyelesaian skripsi ini.
8. Serta teman-teman kuliah penulis Amanda, Selly, Stefanny, Agree, Calvin, Siska, Linda yang selalu direpotkan oleh penulis, serta telah memberikan doa dan semangat untuk kelancaran skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, November 2016

Penulis,

Novita Chintyia Ningsih

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori .....	12
2.2.1 <i>Green Image</i> .....	13
2.2.2 <i>Utilitarian Value</i> .....	15
2.2.3 <i>Hedonic Value</i> .....	17
2.2.4 <i>Store Loyalty</i> .....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	21
2.3.1 <i>Green Image dan Utilitarian Value</i> .....	21
2.3.2 <i>Green Imagedan Hedonic Value</i> .....	21



2.3.3 <i>Utilitarian Value</i> dan <i>Store Loyalty</i> .....	22
2.3.4 <i>Hedonic Value</i> dan <i>Store Loyalty</i> .....	22
2.3.5 <i>Green Image</i> dan <i>Store Loyalty</i> .....	23
2.4 Model Penelitian .....	23
2.5 Hipotesis .....	24
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	25
3.2 Identifikasi Variabel .....	25
3.3 Definisi Operasional .....	26
3.4 Jenis Data dan Sumber Data .....	27
3.5 Skala Pengukuran .....	27
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	28
3.7 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.8 Teknik Analisis Data .....	29
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>33</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	33
4.2 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian .....	37
4.3 Analisis Asumsi SEM .....	41
4.3.1 Uji Normalitas .....	41
4.3.2 Uji Validitas .....	43
4.3.3 Uji Reliabilitas .....	44
4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	45
4.4 Pengujian Hipotesis .....	48
4.5 Pembahasan .....	50
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>54</b>
5.1 Simpulan .....	54
5.2 Saran .....	54
5.2.1 Saran Akademis .....	54

5.2.2 Saran Praktis .....	55
---------------------------	----

Daftar Kepustakaan .

Lampiran.

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang .....	11
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia .....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Status Pekerjaan .....	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku per Bulan .....	35
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Kuantitas Pembelian Produk Setiap Kunjungan .....	36
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pengeluaran yang Dihilangkan Setiap Kunjungan .....	36
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Green Image</i> .....	37
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Utilitarian Value</i> .....	38
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Hedonic Value</i> .....	39
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Store Loyalty</i> .....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	41
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas .....	43
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.15 Hasil Uji Kecocokan Seluruh Model .....	45
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis .....	49

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	23

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Karakteristik Responden

Lampiran 3. Jawaban Responden Variabel *Green Image*, *Utilitarian Value*,  
*Hedonic Value*, dan *Store Loyalty*

Lampiran 4. Hasil Responden

Lampiran 5. Statistik Deskriptif

Lampiran 6. Uji Normalitas

Lampiran 7. Uji Validitas

Lampiran 8. Uji Reliabilitas

Lampiran 9. Hasil Uji *Struktural Equation Model*

Lampiran 10. *Path Diagram*

# **PENGARUH *GREEN IMAGE* PADA *UTILITARIAN VALUE* DAN *HEDONIC VALUE* TERHADAP *STORE LOYALTY* DI THE BODY SHOP SURABAYA**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *green image* pada *utilitarian value* dan *hedonic value* terhadap *store loyalty* di The Body Shop Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 150 konsumen. Penelitian ini menggunakan alat uji SEM (*Structural Equation Modeling*). Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri dari 1 variabel eksogen yaitu *Green Image*, 2 variabel *intervening* yaitu *Utilitarian Value* dan *Hedonic Value*, dan 1 variabel endogen yaitu *Store Loyalty*.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara *green image* terhadap *utilitarian value* dan *hedonic value* tetapi tidak terdapat pengaruh signifikan antara *green image* terhadap *store loyalty*. Hasil penelitian juga menunjukkan *store loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *hedonic value* tetapi tidak dengan *utilitarian value*.

**Kata Kunci :** *Green Image, Utilitarian Value, Hedonic Value, Store Loyalty.*

# **THE EFFECT OF GREEN IMAGE ON UTILITARIAN VALUE AND HEDONIC VALUE TOWARD STORE LOYALTY IN THE BODY SHOP SURABAYA**

## **ABSTRACT**

This study aimed to examining the influence of green image on utilitarian value and hedonic value toward store loyalty in The Body Shop Surabaya. Sampling method that used on this study is non-probability sampling which used sample from 150 consumer. This study using SEM (Structural Equation Modeling) to analyze the research variable that is one exogenous variable that is Green Image, two intervening variables consists Utilitarian Value and Hedonic Value, and one endogenous variable that is Store Loyalty.

The results of this study it was found that green image has significant effect with utilitarian value and hedonic value but green image has no significant effect with store loyalty. This study also found that store loyalty has significant effect to hedonic value but not with utilitarian value.

**Keywords:** *Green Image, Utilitarian Value, Hedonic Value, Store Loyalty.*

