

**PENGARUH *SELF-CONGRUITY*, *RETAILER AWARENESS*,
RETAILER ASSOCIATION, *RETAILER PERCEIVED
QUALITY* TERHADAP *ATTITUDE TOWARDS RETAILER*
DAN *PURCHASE INTENTION* PADA
GRAMEDIA TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**



OLEH :

YOHANES ONG RAHARJO

3103014117

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

PENGARUH *SELF-CONGRUITY*, *RETAILER AWARENESS*,
RETAILER ASSOCIATION, *RETAILER PERCEIVED QUALITY*
TERHADAP *ATTITUDE TOWARDS RETAILER* DAN
PURCHASE INTENTION PADA
GRAMEDIA TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

YOHANES ONG RAHARJO

3103014117

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *SELF-CONGRUITY*, *RETAILER AWARENESS*, *RETAILER ASSOCIATION*, *RETAILER PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *ATTITUDE TOWARDS RETAILER* DAN *PURCHASE INTENTION* PADA GRAMEDIA TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

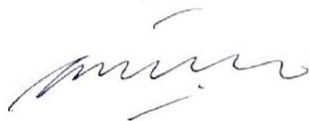
Oleh

YOHANES ONG RAHARJO

3103014117

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Lydia Ari Widyarini, SE, MM

NIK. 311.92.0183

Tanggal:.....

Pembimbing II,



Drs. Ec. Cyrillius Martono, M.Si.

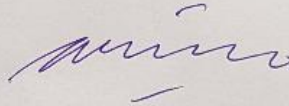
NIK.311.89.0168

Tanggal:.....

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yohanes Ong Raharjo NRP 3103014117, Telah diuji pada tanggal 05 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

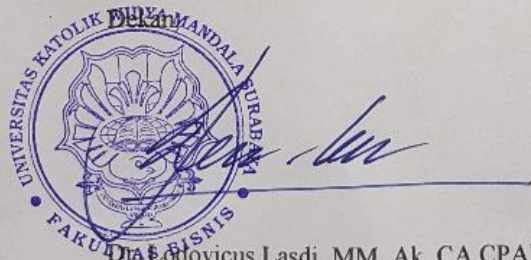
Ketua Tim Penguji



Dr. Lydia Ari Widyarini,SE.,MM

NIK.311.92.0183

Mengetahui



Dr. Ludovicus Lasdi, MM.,Ak.,CA,CPAI

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L.,SE.,M.SC.

NIK. 311.11.0678

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 : Yohanes Ong Raharjo

NRP : 310301411

Judul : ***Pengaruh Self-Congruity, Retailer Awareness, Retailer Association, Retailer Perceived Quality terhadap Attitude Towards Retailer dan Purchase Intention pada Gramedia Tunjungan Plaza Surabaya***

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagrisim*, 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, 24 Juni 2019

Yang Menyatakan


(.....YOHANES ONG)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas anugrah-Nya limpahan kasih karunia dan rahmat-Nya yang selalu diberikan kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Self-Congruity, Retailer Awareness, Retailer Association, Retailer Perceived Quality terhadap Attitude Towards Retailer dan Purchase Intention pada Gramedia Tunjungan Plaza Surabaya*" yang dapat selesai dengan tepat waktu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Lyadia Ari Widyarini, SE., MM selaku dosen pembimbing yang juga telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna.
4. Bapak Drs. Ec.Cyrellius Martono, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan dorongan, saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua dosen dan tata usaha Universitas Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulisan dalam banyak hal.
6. Keluarga Papa, Mama. Terima kasih atas doa, kasih sayang, dukungan, semangat serta nasehat-nasehat yang selama ini telah di berikan.

7. Keluarga terdekat serta sepupu saya (Ce Renna, Ko Ishak, Ko Yosua) yang selalu memberikan doa, semangat dan memberikan saran-saran yang berarti bagi penulis.
8. Sahabat terdekat penulis (Ade, April, Nevio, Luvinia Melisa) yang selalu memberikan doa dan semangat untuk kelancaran skripsi ini.
9. Rekan-rekan penulis di Fakultas Bisnis Widya Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mendukung penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh sempurna, mengingat keterbatasan waktu, pikiran, kemampuan dan tenaga yang saya miliki. Sehingga dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapakan saran dan kritik guna pengembangan selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagu semua pihak yang membutuhkan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan penulisan pada skripsi ini.

Surabaya, Juni 2019

Yohanes Ong Raharjo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	12
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.4 Model Penelitian	26
2.5 Hipotesis Penelitian	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Identifikasi Variabel	28
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4 Pengukuran Variabel	31
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian	32

3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data	32
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.8	Teknik Analisis Data	34
BAB 4 HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Karakteristik Responden Penelitian	39
4.2	Statistik Deskriptif Jawaban Responden	44
4.3	Analisis Data Penelitian	50
4.4	Uji Kelayakan Model	56
4.5	Uji Hipotesis.....	58
4.6	Pembahasan	60
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		64
5.1	Simpulan	64
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indeks Penjualan Rill (IPR)	2
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	11
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Usia	40
Tabel 4.3 Pekerjaan	41
Tabel 4.4 Penghasilan Tiap Bulan	42
Tabel 4.5 Rata-rata Pembelian dalam 1 Tahun	43
Tabel 4.6 Pendidikan.....	43
Tabel 4.7 Interval Rata - Rata Skor.....	44
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Self-congruity</i>	45
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Retail awareness</i>	46
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Retail association</i>	47
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif <i>Retail perceived quality</i>	48
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif <i>Attitude towards retailer</i>	49
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif <i>Purchase intention</i>	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Data	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.16 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	59

Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis	60
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	26
Gambar 4.1	54
Gambar 4.2.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	68
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner	74
Lampiran 3 karakteristik responden.....	82
Lampiran 4 Statistik Deskriptif	84
Lampiran 5 Uji Normalitas	85
Lampiran 6 Uji Validitas	95
Lampiran 7 Uji Reliabilitas	96
Lampiran 8 Structural Equation Model.....	97

**PENGARUH *SELF-CONGRUITY*, *RETAILER AWARENESS*,
RETAILER ASSOCIATION, *RETAILER PERCEIVED
QUALITY* TERHADAP *ATTITUDE TOWARDS RETAILER*
DAN *PURCHASE INTENTION* PADA GRAMEDIA
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *self-congruity*, *retailer awareness*, *retailer association*, *retailer perceived quality* terhadap *attitude towards retailer* dan *purchase intention* pada Gramedia Tunjungan Plaza Surabaya. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif dengan variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini antara lain *self-congruity*, *retailer awareness*, *retailer association*, *retailer perceived quality*. Variabel endogen yang digunakan adalah *purchase intention*. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderasi yaitu *attitude towards retailer*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden yaitu pelanggan yang berbelanja di Gramedia Tunjungan Plaza Surabaya. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang digunakan. Teknik analisa data menggunakan *structural equation modeling (SEM)*.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel eksogen yang digunakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hasil uji moderasi juga membuktikan bahwa variabel moderasi yang digunakan yaitu *attitude towards retailer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata kunci : *self-congruity*, *retailer awareness*, *retailer association*, *retailer perceived quality*, *attitude towards retailer*, *purchase intention*.

**THE EFFECT OF SELF-CONGRUITY, AWARENESS
RETAILER, RETAILER ASSOCIATION, RETAILER
PERCEIVED QUALITY ON ATTITUDE TOWARDS
RETAILER ANDPURCHASE INTENTION AT
GRAMEDIA TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out whether self-congruity, awareness retailer, association retailer, perceived quality retailer towards attitude towards retailer and purchase intention at Gramedia Tunjungan Plaza Surabaya. The research design used in this study is to use quantitative research with exogenous variables used in this study including self-congruity, awareness retailers, retailer association, perceived quality retailers. The endogenous variables used are purchase intention. While this research uses moderation towards attitude towards retailers. The number of samples used in this study amounted to 150 respondents, namely customers who shop at Gramedia Tunjungan Plaza Surabaya. Data collection techniques by distributing questionnaires to respondents used. Data analysis techniques use structural equation modeling (SEM).

The findings in this study indicate that the overall endogenous variables used have a positive and significant influence on purchase intention. The results of the moderation test also prove that the moderating variables used are attitude towards retailers that have a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: self-congruity, awareness retailer, association retailer, perceived quality, attitude towards retailer retailer, purchase intention.

