

Konsentrasi / Bidang
Minat :
Manajemen Ritel

PENGARUH ELEMEN - ELEMEN *STORE CHARACTERISTIC*
TERHADAP *POSITIF EMOTION* DI *SOGO DEPARTEMENT STORE*
SURABAYA

Skripsi S-1



OLEH:

MARIA AYU YUDHITYA

3103006393

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

**PENGARUH ELEMEN – ELEMEN *STORE CHARACTERISTIC*
TERHADAP *POSITIF EMOTION* DI *SOGO DEPARTEMENT STORE*
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

MARIA AYU YUDHITYA

3103006393

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: MARIA AYU YUDHITYA , NRP 3103006393

Telah diuji pada tanggal 26 Juli 2013 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji

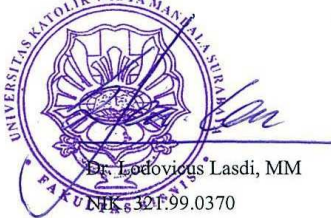


Dr.C.Erna Susilowati, SE., M.Si

NIK.. 311.97.0268

Mengetahui :

Dekan



Ketua Jurusan



Herlina Y.Roida, SE., M. Comm

NIK. 311.99.0362

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Ayu Yudhitya

NRP : 3103006393

Judul Skripsi : Pengaruh elemen – elemen *store characteristic* terhadap *positive emotion* di SOGO *departement store* Surabaya

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, 22 Agustus 2013

Yang Menyatakan,



(Maria Ayu Yudhitya)

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH ELEMEN - ELEMEN *STORE CHARACTERISTIC*
TERHADAP *POSITIF EMOTION* di *SOGO DEPARTEMENT STORE*
SURABAYA**

Oleh:

MARIA AYU YUDHITYA

3103006393

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Veronika R, SE., M.Si

Tanggal: 23 Juli 2013

Pembimbing II,



Herlina Y.R, SE., M.Comm

Tanggal: 10/7 2013

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kuasa, rahmat, kemurahan dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH ELEMEN – ELEMEN *STORE CHARACTERISTIC* TERHADAP *POSITIF EMOTION* DI *SOGO DEPARTEMENT STORE SURABAYA*”** dengan lancar. Adapun penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat akademis untuk meraih gelar sarjana ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jawa Timur.

Kelancaran penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak DR. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala.
2. Ibu Herlina Y. Roida, SE, M.Comm., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala dan Dosen Pembimbing II.
3. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing dari awal hingga akhir penyelesaian skripsi ini.
4. Semua dosen Fakultas Bisnis jurusan manajemen yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan skripsi ini.
5. Mama dan Papa tercinta serta adik - adik, nenek dan kakek yang selalu memberi dukungan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik

dalam dukungan doa maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

6. Suamiku tercinta Alven Fernando dan buah hatiku yang tercinta Mikael Diego Fernando yang tiada henti memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Sahabat terbaik saya, Steven dan Amelia Soegiarto, atas dukungan untuk peneliti dari awal semester perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi, juga untuk bantuan baik secara moral maupun semangat yang telah di berikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. *My Best Friends*, Lisa Steven, Fransiscus Reza, dan Melisa Koestiono, Shelvy Boo, Dina Adrienne, Effendy Wisan, dan Ferry yang selalu memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan lancar.
9. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungannya, saran dan kritik yang membangun.

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

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

Surabaya, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. <i>Store characteristic</i>	9
2.2.2. <i>Positive Emotion</i>	17
2.2.3. Hubungan <i>store characteristic</i> dalam <i>positive emotion</i>	19
2.3. Model Analisis	20
2.4 Hipotesis.....	21
BAB 3 : METODE PENELITIAN	22
3.1. Desain Penelitian	22

3.2. Identifikasi Variabel	22
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	23
3.4. Jenis Data.....	24
3.5. Pengukuran Variabel	24
3.6. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	25
3.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	25
3.6.2. Alat Pengumpulan Data.....	25
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan	
Sampel	26
3.7.1. Populasi.....	26
3.7.2. Sampel.....	26
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.8. Uji Validitas, Reabilitas, dan Uji Asumsi	
Klasik.....	27
3.8.1. Uji Validitas.....	27
3.8.2. Uji Reabilitas.....	28
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	28
3.9. Teknik Analisis Data	31
3.9.1. Regresi Linier Berganda.....	31
3.9.2. Koefisien Relasi Berganda.....	32
3.9.3. Koefisien Determinasi Parsial.....	32
3.9.4. Koefisien Relasi Parsial.....	33
3.10. Pengujian Hipotesis.....	33
3.10.1. Uji f.....	33
3.10.2. Uji t.....	34
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Karakteristik Responden.....	35

4.2. Statistik Deskripsi Variabel – Variabel Penelitian.....	38
4.3. Uji Instrumen.....	43
4.3.1. Uji Validitas.....	43
4.3.2. Uji Reabilitas.....	45
4.4. Teknik Analisis.....	45
4.4.1. Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.4.3. Koefisien Determinasi Berganda.....	51
4.4.4. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi Secara Parsial.....	52
4.4.5. Uji Kesesuaian Model.....	53
4.4.6. Uji Hipotesis.....	53
4.5. Pembahasan.....	54
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1. Simpulan.....	60
5.2. Saran.....	61
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	61
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor:	Halaman
2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Saat Ini	8
2.2. Model Penelitian.....	20
4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
4.4. Responden Berdasarkan Pendapatan.....	37
4.5. Interval Rata – Rata Skor.....	38
4.6. Data Tanggapan Responden Pada Masing – Masing Item Pernyataan.....	38
4.7. Uji Validitas Variabel <i>Product Assortment</i>	43
4.8. Uji Reliabilitas.....	45
4.9. Hasil Pengujian Asumsi <i>Multikolinieritas</i>	46
4.10. Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.11. <i>One Sample Kolmogorof-Smirnov</i>	50
4.12. Analisis Regresi Linier Berganda.....	50

DAFTAR GAMBAR

Nomor:	Halaman
4.1. Hasil Pengujian Gejala <i>Heteroskedastisitas</i>	47
4.2. Grafik Normal P-P Plot Hasil Uji Normalitas.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor :

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Tanggapan Responden
3. Uji Validitas dan Reliabilitas
4. Hasil Analisis Linier Berganda
5. Intepretasi Koefisien Korelasi

ABSTRAK

Akhir - akhir ini banyak bisnis ritel yang bermunculan di dunia bisnis saat ini. Hal ini membuat persaingan yang sangat sengit dalam dunia ritel. Usaha ritel banyak bermunculan sebagai akibat dari tuntutan gaya hidup masyarakat yang mulai berubah. Seperti halnya yang terjadi pada industri ritel nasional dimana perkembangan jumlah ritel di Indonesia terus berkembang seperti *supermarket*, *hypermarket*, *minimarket*, dan ritel lainnya.

Lingkungan yang menjadi kendali atau dikendalikan konsumen untuk kemudian direpson oleh konsumen adalah hasil dari terbentuknya karakteristik toko yang terdiri dari *product assortment*, *value of merchandise*, *salesperson's service*, *after sale service*, *facilities*, dan *store atmosphere*. Dengan adanya hubungan antara elemen dalam *store characteristic* yang mempengaruhi *shopping emotional* maka peneliti mengambil objek penelitian di *SOGO Department Store Surabaya*.

Dan dari hasil penelitian yang disebarakan pada 100 konsumen yang pernah berbelanja di *SOGO Department Store Surabaya*, dan pembahasan yang digunakan sesuai dengan tujuan hipotesis yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa *product assortment* berpengaruh terhadap variabel *positive emotion*, karena keberagaman produk yang lengkap akan menimbulkan perasaan senang dan lega bagi konsumen, begitu juga dengan *salesperson service*, *facilities* dan *atmosphere* yang merupakan komponen penting yang bisa menimbulkan *positive emotion* pada konsumen, sehingga menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci: *product assortment*, *value of merchandise*, *salesperson's service*, *after sale service*, *facilities*, *store atmosphere*, *Store characteristic*, *positive emotion*, *SOGO Departement Store Surabaya*.

EFFECT OF ELEMENTS OF STORE CHARACTERISTIC INTO POSITIF EMOTION IN SOGO DEPARTEMENT STORE SURABAYA

ABSTRACT

Today many retail businesses that have sprung up in the world business today. This makes a very fierce competition in the world retail. Retail businesses are emerging as a result of lifestyle demands society began to change. Like the case in the retail industry national where the number of retail developments in Indonesia continue to grow in rapidly as supermarkets, hypermarkets, minimarkets, and other retail continue to emerge.

Environment to control or be controlled consumer then responded by consumers is the result of the formation of the characteristic shop consisting of product assortment, and the value of merchandise, salesperson's service, after sale service, facilities and atmosphere. With the relationship between the elements in the store characteristics that affect the emotional shopping then researchers took experiments in SOGO Department Store Surabaya.

And of the results of research on the spread at 100 consumers who had shopped at SOGO Department Store Surabaya, and discussion are used in accordance with the hypothesis that the purpose was, it can be seen that the product assortment variable positive effect on emotion, because of the variety product will cause feelings of pleasure and relief for consumers, once goals with salesperson service, facilities, and the atmosphere is an important component that can lead to positive emotion on consumer, so attractive to consumers spending.

Keywords: product assortment, value of merchandise, salesperson's service, after sale service, facilities, store atmosphere, Store characteristic, positive emotion, SOGO Department Store Surabaya.