

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, TERHADAP *EXPECTATION OF MERCHANDISE QUALITY* DENGAN *STORE IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA TOKO *ONLINE LAZADA*



OLEH:
YONATHAN IWAN INDRO
3103011001

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, TERHADAP *EXPECTATION OF
MERCHANDISE QUALITY* DENGAN *STORE IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA
TOKO *ONLINE LAZADA*

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH :

YONATHAN IWAN INDRO

3103011001

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, TERHADAP *EXPECTATION OF MERCHANDISE QUALITY* DENGAN *STORE IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA TOKO *ONLINE LAZADA*

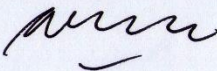
Oleh:

Yonathan Iwan Indro

3103011001

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

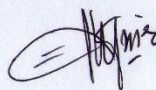
Pembimbing I



Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM

Tanggal: 5/11/14.....

Pembimbing II,



Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM

Tanggal: 11/12/2014.....

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Yonathan Iwan Indro NRP: 3103011001.


Telah diuji pada tanggal 21 Januari 2015, dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji


Ketua Tim Penguji:



Dr. Diyah Tulipa, MM

Mengetahui:



Dekan,

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

Ketua Jurusan,



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

**PERSYARATAN 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 : Yonathan Iwan Indro

NRP : 3103011001

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, Terhadap *Expectation Of Merchandise Quality* Dengan *Store Image* Sebagai Variabel Mediasi Pada Toko *Online Lazada*.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, 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, 7 Januari 2015
Yang menyatakan



(Yonathan Iwan I.)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *store atmosphere*, terhadap *expectation of merchandise quality* dengan *store image* sebagai variabel mediasi pada toko *online* Lazada”. Penulisan ini bertujuan dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana S-1 di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik dari segi materil maupun moril, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, SE., MM., Ak selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM dan Ibu Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar dan pengertian membantu selama proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen Manajemen atas ilmu yang bermanfaat yang diberikan untuk penulis dan atas segala bantuan yang diberikan selama penulis menjalani studi.
5. Kedua orang tua dan saudaraku yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Sahabat dan seluruh teman-teman jurusan Manajemen Fakultas Bisnis UNIKA Widya Mandala Surabaya angkatan 2011.

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah mendukung dan membantu tersusunnya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis dengan lapang hati membuka segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi tercapainya kesempurnaan tersebut. Besar harapan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 7 Januari 2015

Yonathan Iwan Indro

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan	10

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. Perilaku Konsumen Online.....	14
2.2.2. Bauran Ritel.....	16
2.2.3. <i>Store Atmosphere</i>	18
2.2.4. <i>Store Image</i>	21
2.2.5. <i>Expectation of Merchandise Quality</i>	22
2.2.6. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Store Image</i>	24
2.2.7. Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Expectation of Merchandise Quality</i>	25
2.2.8. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Expectation of Merchandise Quality</i> di mediasi oleh variabel <i>Store Image</i>	26
2.2.9. Model Penelitian	28
2.2.10. Hipotesis Penelitian.....	28
 BAB 3. METODE PENELITIAN.....	 29
3.1. Desain Penelitian	29

3.2. Identifikasi Variabel.....	29
3.3. Definisi Operasional variabel	30
3.3.1. <i>Store front Design</i>	30
3.3.2. <i>Information Display</i>	30
3.3.3. <i>Safety</i>	31
3.3.4. <i>Convenience</i>	31
3.3.5. <i>Entertainment</i>	31
3.3.6. <i>Expectation of merchandise quality</i>	32
3.4. Jenis Data dan Sumber Data	32
3.5. Pengukuran Variabel.....	33
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	34
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan	
Sampel	34
3.8. Teknik Analisis Data.....	35
3.8.1. Model Persamaan.....	35
3.8.2. Uji Kecocokan Model Penelitian.....	36
3.8.3. Evaluasi atas Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i>	
Model Struktural	38
3.8.6. Pengujian Hipotesis.....	40

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Karakteristik Responden	41
4.2. Deskripsi Data	42
4.3. Analisis Data	44
4.3.1. Uji Kecocokan Model Pengukuran	44
4.3.2. Model Struktural dan Analisis Persamaan	
Model.....	52
4.4.3. Analisis Kesesuaian Model dan Pengujian	
Hipotesis	55
4.4. Pembahasan	59
4.4.1. <i>Store Front Desain</i> berpengaruh terhadap	
<i>Safety</i> pada Toko <i>Online</i> Lazada	59
4.4.2. <i>Store Front Design</i> berpengaruh terhadap	
<i>Convenience</i> pada Toko <i>Online</i> Lazada	60
4.4.3. <i>Store Front Design</i> berpengaruh terhadap	
<i>Entertainment</i> pada Toko <i>Online</i> Lazada.....	61
4.4.4. <i>Information display</i> berpengaruh terhadap	
<i>Safety</i> pada Toko <i>Online</i> Lazada	62
4.4.5. <i>Information display</i> berpengaruh terhadap	
<i>convenience</i> pada Toko <i>Online</i> Lazada.....	62

4.4.6. <i>Information display</i> berpengaruh terhadap <i>Entertainment</i> pada Toko Online Lazada.....	63
4.4.7. <i>Safety</i> berpengaruh terhadap <i>Expectation Of Merchandise Quality</i> pada Toko Online Lazada.....	64
4.4.8. <i>Convenience</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Expectation Of Merchandise Quality</i> pada Toko Online Lazada.....	65
4.4.9. <i>Entertainment</i> berpengaruh terhadap <i>Expectation Of Merchandise</i> pada Toko Online Lazada.....	66
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat ini.....	13
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Konsumen toko <i>online</i> Lazada	41
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3. Interval Rata-rata Skor	42
Tabel 4.4. <i>Descriptive Statistics</i>	42
Tabel 4.5. Uji Validitas.....	45
Tabel 4.6. Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.7. <i>Univariate Normality</i>	48
Tabel 4.8. <i>Multivariate Normality</i>	49
Tabel 4.9. Evaluasi <i>outliers</i>	50
Tabel 4.10. Koefisien Regresi dan Pengukuran Model	52
Tabel 4.11. <i>Goodness of Fit Index</i>	56
Tabel 4.12. Output <i>Indirect Effect</i>	67
Tabel 4.13. <i>Indirect Effect</i>	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Keputusan Konsumen <i>Online</i>	16
Gambar 2.2. Model Penelitian	28
Gambar 4.1. <i>Uji Multicollinearity</i>	51
Gambar 4.2. Model Struktural Penelitian	53
Gambar 4.3. Struktural Pengujian Hipotesis (Koefisien t).....	57

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	76
Lampiran 2a. Data Karakteristik Responden	79
Lampiran 2b. Data Hasil Kuesioner	85
Lampiran 3. Output Karakteristik Responden	94
Lampiran 4. Output Descriptive Statistics	95
Lampiran 5. Output Lisrel Normalitas Data	96
Lampiran 6. Output Lisrel (SEM)	108
Lampiran 7. Output Lisrel Gambar <i>t-value</i>	127
Lampiran 8. Ouput Lisrel Gambar <i>Standardized Solution</i>	128
Lampiran 9. Ouput Lisrel Gambar <i>Estimates</i>	129

ABSTRAK

Toko *online* adalah toko dimana pembelinya tidak dapat secara langsung menyentuh barang yang ditawarkan, tetapi hanya dapat dilihat secara visual saja, oleh karena itu pada toko berbasis *web* penting bagi peritel untuk menciptakan harapan positif tentang produk yang dijual, sehingga konsumen akan memiliki *expectation of merchandise quality* yang positif. *Expectation of merchandise quality* dapat dibentuk oleh *store image* yang baik, *store image* dapat di stimulus oleh *store atmosphere online*. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh *store atmosphere online*, terhadap *expectation of merchandise quality* dengan *store image* sebagai variabel mediasi pada toko *online* Lazada. Analisis yang dilakukan berdasarkan model *Stimulus-Organism-Response* (SOR), dengan *store atmosphere online*, yaitu *store front design* dan *information display* sebagai *stimulus*, *store image*, yaitu *safety*, *convenience*, dan *entertainment* sebagai *Organism*, dan respon berupa *expectation of merchandise quality*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 161 orang. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian adalah *Sruktural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, *store front design* dan *information display* berpengaruh terhadap *safety*, *convenience*, dan *entertainment*. *Safety* dan *entertainment* berpengaruh terhadap *expectation of merchandise quality*, tetapi *convenience* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *expectation of merchandise quality*.

Kata Kunci: *Store atmosphere online*, *store image*, *expectation of merchandise quality*, *Stimulus-Organism-Response* (SOR), toko berbasis *web* Lazada.

ABSTRACT

The online store is a store where buyers can not directly touch the goods offered, but can only be seen visually, therefore the web-based store important for retailers to create expectation are positive about the product being sold, so that consumers will have the expectation of quality merchandise are positive. Expectation of quality merchandise can be formed by a good store image, store image can be in the stimulus by the online store atmosphere. This study aimed to examine the Influence online store atmosphere, against expectation of quality merchandise to store the image as a mediating variable in the online store Lazada. The analysis is done based on the model of Stimulus-Organism-Response (SOR), the online store atmosphere is store front design and information display as a stimulus, store image, namely safety, convenience, and entertainment as Organism, and response form of expectation of quality merchandise. The number of samples in this study were 161 people. The method of analysis used to test the research hypothesis is structural Equation Modeling (SEM). The results of this study indicate that, storefront design and information display affect the safety, convenience, and entertainment. Safety and entertainment effect on the expectation of quality merchandise, but convenience positive effect and not significant on the expectation of quality merchandise.

Keywords: Online store atmosphere, store image, expectation of merchandise quality, Stimulus-Organism-Response (SOR), web-based store Lazada.