

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS *STORE DESIGN*
TERHADAP *STORE REPATRONAGE INTENTIONS* DENGAN
SHOPPING EXPERIENCE COSTS SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI TOKO AKSESORIS
“STROBERI” SURABAYA**



OLEH :

**LYDIA STEPHANI ALI
3103009100**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012**

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS *STORE DESIGN*
TERHADAP *STORE REPATRONAGE INTENTIONS* DENGAN
SHOPPING EXPERIENCE COSTS SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI TOKO AKSESORIS
“STROBERI” SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH :

LYDIA STEPHANI ALI
31030009100

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS *STORE DESIGN*
TERHADAP *STORE REPATRONAGE INTENTIONS* DENGAN
SHOPPING EXPERIENCE COSTS SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI TOKO AKSESORIS
"STROBERI" SURABAYA

Oleh :

Lydia Stephani Ali
3103009100

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.SI.

Tanggal:.....

Pembimbing II,



Dra. EC. MG. Temengkol, MM.

Tanggal: 22/1/2013.....

HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh: Lydia Stephani Ali NRP 3103009100
Telah diuji pada tanggal 31 Januari 2013 dan dinyatakan lulus oleh
Tim Penguji**

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)

NIK: 311. 89. 0163

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Ioboyus Pasdi, SE., MM

NIK. 321.99.0370



Herlina Yoka Roida M.Com.,SE

NIK. 311. 99. 0362

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lydia Stephani Ali

NRP : 3103009100

Judul Skripsi : *PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS STORE DESIGN TERHADAP STORE REPATRONAGE INTENTIONS DENGAN SHOPPING EXPERIENCE COSTS* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI TOKO AKSESORIS “STROBERI” SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, 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 Unika 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, Januari 2013

Yang menyatakan


**METERAI
TEMPEL**
PALANG MERDEKA RANGGIL
1945
081AA2AEF065644835
REKAM NIKSI SURABAYA
6000 DJP

(Lydia Stephani Ali)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Kuasa atas karunia dan berkat-Nya, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik. Maksud dan tujuan dari skripsi ini adalah sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah berusaha menyelesaikan dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Herlina Yoka Roida, SE., M.Com., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.SI., selaku dosen pembimbing I atas waktu yang telah diluangkan dan masukan yang diberikan dalam bimbingan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. EC. MG. Temengkol, MM., selaku dosen pembimbing II atas waktu yang telah diluangkan dan masukan yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini.
5. Kedua orang tua dan saudara-saudariku serta teman-temanku yang sangat memberikan semangat dan doa kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.

6. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu dan berpartisipasi dalam penelitian ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan dan kerendahan hati, maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Januari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Desain Toko.....	12
2.2.2. Konsep <i>Hands-On Display</i>	20
2.2.3. <i>Shopping Experience Costs</i>	21
2.2.4. <i>Store Repatronage Intentions</i>	23
2.2.5. Pengaruh persepsi desain toko yang menggunakan konsep <i>hands – on display</i> terhadap <i>store repatronage intentions</i>	23
2.2.6. Pengaruh persepsi konsumen atas desain toko terhadap <i>shopping experience costs</i>	24

2.2.7. Pengaruh <i>shopping experience costs</i> berpengaruh terhadap <i>store repatronage intentions</i>	25
2.2.8. Pengaruh Desain Toko terhadap <i>Store Repatronage Intentions</i> dengan <i>Shopping Experience Costs</i> Sebagai Variabel Intervening	25
2.3. Kerangka Penelitian.....	26
2.4. Hipotesis.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	29
3.2. Identifikasi Variabel.....	29
3.3. Definisi Operasional.....	29
3.4. Jenis dan Sumber data.....	30
3.4.1. Jenis Data.....	30
3.4.2. Sumber Data.....	31
3.5. Pengukuran Variabel.....	31
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	32
3.6.1. Alat Pengumpulan Data.....	32
3.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.8. Teknik Analisis Data.....	33
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
4.1.1. Karakteristik Responden.....	43
4.1.2. Statistik Deskriptif Variabel-Variabel Penelitian.....	45

4.2. Analisis Data.....	49
4.2.1. Uji Normalitas Data.....	49
4.2.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	50
4.2.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	51
4.2.3.1. Uji Validitas.....	51
4.2.3.2. Uji Reliabilitas.....	52
4.2.4. Uji Kecocokan Model Struktural.....	54
4.2.5. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	56
4.3. Pembahasan.....	59
4.3.1. Pengaruh Persepsi Desain Toko terhadap <i>Store Repatronage Intentions</i>	59
4.3.2. Pengaruh Persepsi Desain Toko terhadap <i>Shopping Experience Costs</i>	60
4.3.3. Pengaruh <i>Shopping Experience Costs</i> terhadap <i>Store Repatronage Intentions</i>	61
4.3.4. Pengaruh Desain Toko terhadap <i>Store</i> <i>Repatronage Intentions</i> dengan <i>Shopping</i> <i>Experience Costs</i> Sebagai Variabel Intervening	63
 BAB 5 SIMPULAN DAN DARAN	
5.1. Simpulan.....	65
5.2. Saran.....	66
 DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbandingan antara penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, Rilantiana, dan Kusumansondjaja dengan penelitian yang dilakukan saat ini.....	11
Tabel 4.1. Karakteritik responden.....	44
Tabel 4.2. Interval rata-rata skor.....	46
Tabel 4.3. Statistik deskriptif variabel desain toko.....	46
Tabel 4.4. Statistik deskriptif variabel <i>shopping experience costs</i>	47
Tabel 4.5. Statistik deskriptif variabel <i>store repatronage intentions</i>	48
Tabel 4.6. <i>Test of Univariate Normality for Continuous Variables</i>	50
Tabel 4.7. <i>Test of Multivariate Normality for Continuous Variable</i>	50
Tabel 4.8. Hasil uji kecocokan keseluruhan model.....	50
Tabel 4.9. Hasil uji validitas.....	52
Tabel 4.10. Data untuk perhitungan uji reliabilitas.....	53
Tabel 4.11. Hasil uji hipotesis penelitian.....	56
Tabel 4.12. Pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total antara variabel laten.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Penelitian.....	27
-------------	--------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Input data hasil penyebaran kuesioner
- Lampiran 3. Statistik deskriptif jawaban responden
- Lampiran 4. Gambar penelitian
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Output Syntax Teks

ABSTRAK

Salah satu toko ritel yang berkembang pesat saat ini adalah toko “Stroberi”. Penyajian barang dagangan dari toko ini menggunakan konsep *hands-on display*, dimana konsumen dapat melihat, menyentuh, dan mencoba sendiri aksesoris yang ingin membelinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen atas desain toko yang menggunakan konsep *hands-on display* terhadap *store repatronage intentions* dan *shopping experience costs*, serta mengetahui pengaruh *shopping experience costs* terhadap *store repatronage intentions* di toko aksesoris “Stroberi” Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang yang pernah berbelanja di toko “Stroberi” di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu penarikan sampel dengan pertimbangan tertentu. Beberapa pertimbangan yang digunakan dalam memilih responden adalah responden adalah wanita, karena biasanya yang sering membeli aksesoris adalah seorang wanita, responden berusia 17 tahun ke atas, dan pernah berbelanja di toko “Stroberi” Surabaya minimum 3 kali dalam jangka waktu 1 tahun terakhir. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *structural equation modeling* atau yang biasa disingkat SEM dengan menggunakan program LISREL 8.7.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan antara persepsi desain toko berpengaruh terhadap *shopping experience costs*, *shopping experience costs* berpengaruh terhadap *store repatronage intentions*, dan *shopping experience costs* merupakan variabel intervening antara desain toko dan *store repatronage intentions*. Sedangkan desain toko tidak berpengaruh terhadap *store repatronage intentions*.

Kata kunci : Desain toko, *shopping experience costs*, dan *store repatronage intentions*

***INFLUENCE CONSUMER PERCEPTIONS OF STORE DESIGN TO
STORE REPATRONAGE INTENTIONS WITH SHOPPING
EXPERIENCE COSTS AS INTERVENING IN ACCESSORIES
“STROBERI” STORE SURABAYA***

ABSTRACT

One of the fast retail store that is growing rapidly now it is a “Stroberi” store. The “Stroberi” store it had a unique design with the variation of the wall pink and white. The presentation of merchandise of this shop means of the concepts hands-on display, where customers can see, touching, and tried to own the accessories that want to purchased.

Research is aimed to know the influence of consumer perceptions on design a shop to use this concept hands-on display against store repatronage intentions costs, and shopping experience and knowing the influence of shopping experience costs against store repatronage intentions in a shop accessories “Stroberi” Surabaya. The number of samples used in this research is 100 people who have been shopping at “Stroberi” stores in Surabaya. The technique of the sample used is purposive sampling that the withdrawal of samples with certain consideration. A number of considerations used in choosing respondents, where respondents are women because usually often buy accessories is a woman, respondents aged 17 years old and over and never of shopping “Stroberi” stores Surabaya minimum 3 times in the period of 1 last year. Engineering analysis of data used in this research is an analysis of structural equation modeling or usual abbreviated SEM with using program lisrel 8.7.

The results showed a significant effect between perceptions of store design costs affect the shopping experience costs, shopping experience costs influence store repatronage intentions and shopping experience costs an intervening variable between store design and store repatronage intentions. While the store design does not affect the store repatronage intentions.

Keywords: store design, shopping experience costs, and store repatronage intentions