

**PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP *STORE IMAGE*
YANG DI MEDIASI OLEH *MERCHANDISE QUALITY* PADA THE
BODY SHOP SURABAYA**



**OLEH:
FLORENCIA AGNES RARASATI
3103012226**

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

**PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP *STORE IMAGE*
YANG DI MEDIASI OLEH *MERCHANDISE QUALITY* PADA THE
BODY SHOP SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

FLORENCIA AGNES RARASATI

3103012226

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI

PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP *STORE IMAGE*
YANG DI MEDIASI OLEH *MERCHANDISE QUALITY* PADA THE
BODY SHOP SURABAYA

Oleh:
FLORENCIA AGNES RARASATI
3103012226

Telah Disetujui dan Diterima
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. C. Erna Susilowati, SE., MM
Tanggal: 13 Juli 2016

Pembimbing II,



Veronika Rahmawati, SE, M.Si
Tanggal: 18 Juli 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Florencia Agnes Rarasati
NRP 3103012226

Telah diuji pada tanggal 05 Agustus 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

Ketua Tim Penguji



Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto, MM
NIK. 311.92.0194


Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE.M.Si
NIK. 311. 99. 0369

**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 : FLORENCIA AGNES RARASATI

NRP : 3103012226

Judul : **PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP *STORE IMAGE* YANG DI MEDIASI OLEH *MERCHANDISE QUALITY* 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 bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Yang menyatakan,



(Florenxia Agnes Rarasati)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan dan menyusun tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh Store Environment Terhadap *Store Image* Yang Di Mediasi Oleh *Merchandise Quality* Pada The Body Shop Surabaya”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., 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 Dr. C. Erna Susilowati, SE., MM selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya serta memberikan banyak masukan dan saran dalam penulisan tugas akhir ini hingga penulis selesai dengan baik dan tepat waktu.
4. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya serta memberikan banyak masukan dan saran dalam penulisan tugas akhir ini hingga selesai dengan baik dan tepat waktu.

5. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini
6. Orang Tua serta kakak-kakak tercinta dan tersayang yang selalumenyemangati, mendoakan serta menjadi motivator utama bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
7. Yulius Holdeni Dwiprayogi selaku teman dekat penulis yang berjuangbersamapenulisselama empat tahun ini, yang telahmemberikan banyak bantuan, semangat, dan dorongan serta berbagi pengalaman sehingga penulisan tugas akhir ini berjalan lancar.
8. Maria Yustin Yoseph dan Fransiska Karolina selakusahabatbaikpenulis yang telah berbagi pengalaman selama masa perkuliahan serta selalu menyemangati dan memberikan dorongan moril bagi penulis dalam penulisan tugas akhir ini.
9. Untukteman-teman penulisCi Yuan, Tenny, Dewa, Icil, Wido, Devi, Landodan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telahmemberikan dukungan dan semangatbagipenulis.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca

Surabaya, 13 Agustus 2015

Florencia Agnes Rarasati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 <i>Store Environment</i>	12
2.2.2 <i>Ambient Factor</i>	14
2.2.3 <i>Design Factor</i>	15

2.2.4	<i>Social Factor</i>	17
2.2.5	<i>Store Image</i>	18
2.2.6	<i>Merchandise Quality</i>	21
2.3	Pengaruh Antar Variabel	23
2.3.1	Pengaruh <i>Ambient Factor</i> Terhadap <i>Merchandise Quality</i> ...	23
2.3.2	Pengaruh <i>Design Factor</i> Terhadap <i>Merchandise Quality</i> ...	23
2.3.3	Pengaruh <i>Social Factor</i> Terhadap <i>Merchandise Quality</i>	24
2.3.4	Pengaruh <i>Merchandise Quality</i> Terhadap <i>Store Image</i>	24
2.3.5	Pengaruh <i>Store Environment</i> Terhadap <i>Store Image</i> Melalui <i>Merchandise Quality</i>	24
2.4	Model Penelitian	25
2.5	Hipotesis Penelitian	26
BAB 3	METODE PENELITIAN	27
3.1	Desain Penelitian.....	27
3.2	Identifikasi Variabel	27
3.3	Definisi Operasional Variabel	28
3.3.1	<i>Ambient Factor</i>	28
3.3.2	<i>Design Factor</i>	28
3.3.3	<i>Social Factor</i>	28
3.3.4	<i>Merchandise Quality</i>	29
3.3.5	<i>Store Image</i>	29
3.4	Pengukuran Variabel.....	30
3.5	Jenis dan Sumber Data	30
3.5.1	Jenis Data	30
3.5.2	Sumber Data.....	30
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31

3.7.1 Populasi.....	31
3.7.2 Sampel.....	32
3.7.3 Teknik Pengambilan Sampling.....	32
3.8 Metode Analisis Data.....	32
3.8.1 Asumsi Structural Equation Modeling.....	33
a. Uji Normalitas.....	33
b. Uji Multikolinieritas.....	33
3.8.2 Kecocokan Model Pengukuran.....	34
1. Uji Validitas.....	34
2. Uji Reliabilitas.....	34
3.8.3 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	35
3.8.4 Kecocokan Model Struktural.....	36
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Karakteristik Responden Penelitian.....	38
a. Jenis Kelamin.....	38
b. Pengalaman Berbelanja.....	39
c. Usia.....	39
d. Pekerjaan.....	39
4.2 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	40
4.3 Asumsi Structural Equation Modeling.....	46
4.3.1 Uji Normalitas.....	46
4.4 Kecocokan Model Pengukuran.....	48
4.4.1 Uji Validitas.....	48
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	52
4.6 Persamaan Struktural.....	53
4.7 Estimasi Model Struktural.....	54

4.8 Pengujian Hipotesis	54
4.9 Pembahasan	57
4.9.1 Pengaruh <i>Ambient Factor</i> Terhadap <i>Merchandise Quality</i> . 57	
4.9.2 Pengaruh <i>Design Factor</i> Terhadap <i>Merchandise Quality</i>	58
4.9.3 Pengaruh <i>Social Factor</i> Terhadap <i>Merchandise Quality</i>	58
4.9.4 Pengaruh <i>Merchandise Quality</i> Terhadap <i>Store Image</i>	59
4.9.5 Pengaruh <i>Store Environment</i> Terhadap <i>Store Image</i> Melalui <i>Merchandise Quality</i>	60
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....	11
Tabel 4. Karakteristik Responden	
4.1. Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2. Berdasarkan Usia	39
4.3. Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4. Interval Rata-rata Variabel Penelitian	40
Tabel 4.5. Deskripsi Variabel Ambient Factor	41
Tabel 4.6. Deskripsi Variabel Design Factor	42
Tabel 4.7. Deskripsi Variabel Social Factor	43
Tabel 4.8. Deskripsi Variabel Merchandise Quality	43
Tabel 4.9. Deskripsi Variabel Store Image.....	45
Tabel 4.10. Uji Normalitas Data Univariate.....	46
Tabel 4.11. Uji Normalitas Data Multivariate	47
Tabel 4.12. Pengujian Validitas.....	48
Tabel 4. Tabel Uji Reliabilitas	
4.13. Variabel Ambient Factor.....	49
4.14. Variabel Design Factor	50
4.15. Variabel Social Factor.....	50
4.16. Variabel Merchandise Quality.....	51
4.17. Variabel Store Image	51
Tabel 4.18. Koefisien Regresi dan Pengukuran Model	52
Tabel 4.19. Structural Equation	53
Tabel 4.20. Pengujian Hipotesis	55
Tabel 4.21. Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar2.1. Model penelitian	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

Lampiran 2. Data Kuisisioner

Lampiran 3. Data primer

Lampiran 4. Tabel Deskripsi

Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6. Interpretasi Analisis Regresi

PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP *STORE IMAGE* YANG DI MEDIASI OLEH *MERCHANDISE QUALITY* PADA THE BODY SHOP SURABAYA

ABSTRAK

Store Environment adalah semua karakteristik fisik dan sosial dari dunia eksternal konsumen, termasuk di dalamnya, seperti objek fisik (produk dan toko), ruangan (lokasi toko dan produk di toko), dan perilaku sosial orang (karyawan). *Store Environment* bertujuan untuk mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian pada produk. *Store environment* memiliki tiga faktor yaitu *ambient factor*, *design factor*, dan *social factor*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *store environment* terhadap *store image* yang di mediasi oleh *merchandise quality* pada konsumen The Body Shop Surabaya. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner pertanyaan kepada konsumen yang pernah berbelanja pada The Body Shop Surabaya sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah *structural equation model*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *store environment* (*ambient factor*, *design factor*, *social factor*) berpengaruh positif terhadap *store image* melalui mediasi *merchandise quality*.

Kata Kunci: Lingkungan toko; Faktor Ambient; Faktor Desain; Faktor Sosial; Kualitas Produk; Citra Toko

***THE EFFECT OF STORE ENVIRONMENT TO STORE IMAGE IN
MEDIATION BY MERCHANDISE QUALITY TO THE BODY
SHOP SURABAYA***

ABSTRACT

Store Environment is all the physical and social characteristics of the external world of consumers, including, as physical objects (products and stores), room (store locations and products in the store), and social behavior of people (employees). Store Environment aims to influence consumers to make purchases on the product. Store environment has three factors: ambient factors, design factors, and social factors. The purpose of this study was to determine the effect of the store environment to store image mediated by quality merchandise to customers of The Body Shop Surabaya . Collecting data in this study conducted by distributing questionnaires questions of customers who shopped at The Body Shop Surabaya 100 respondents. The analysis technique used is structural equation models. The results of this study indicate that the store environment (ambient factors, design factors, social factors) positive effect on store merchandise quality image through mediation.

Keywords : Store Environment; Ambient Factors; Design Factors; Social Factors; Merchandise Quality; Store Image