

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *STORE LOCATION*, dan  
*IN-STORE EMOTIONAL EXPERIENCES* TERHADAP  
*STORE ATTITUDE* PADA *SPECIALITY STORE “STROBERI”*  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**Skripsi S-1**



**OLEH :**

**WINDA LISANTHI**

**3103009084**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2013**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

*PENGARUH STORE ATMOSPHERE, STORE LOCATION, dan IN-STORE EMOTIONAL EXPERIENCES TERHADAP STORE ATTITUDE PADA SPECIALITY STORE "STROBERI" TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA*

Oleh:

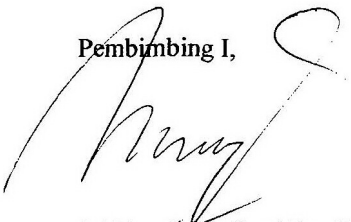
Winda Lisanthi

3103009084

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Pada Ujian Tugas Akhir

Pembimbing I,



Sri Yusan Budiarsi, Dra.Ec.,MS

Tanggal:

Pembimbing II,



Anastasia Septawulandari, SE., M.Si.

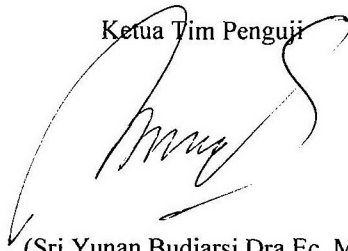
Tanggal: 23-7-2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Winda Lisanthi NRP 3103009084

Telah disetujui pada tanggal 26 Juli 2013 dan dinyatakan LULUS

Ketua Tim Penguji



(Sri Yunan Budiarsi, Dra.Ec., MS)

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Herlina Yoka Roida, SE., M, Com (Fin)  
NIK. 311.99.0362

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Winda Lisanthi

NRP : 3103009084

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Store Atmosphere*, *Store Location*  
dan *In-Store Emotional Experiences* terhadap  
*Store Attitude* pada *Speciality Store*  
"Stroberi" Tunjungan Plaza Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis 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, 26 July 2013



Winda Lisanthi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugerah, penyertaan dan kasih karunianya-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, *Store Location*, dan *In-Store Emotional Experiences* terhadap *Store Attitude* pada *Speciality Store "Stroberi"* Tunjungan Plaza Surabaya” dapat terselesaikan dengan baik. Adapun tujuan dari penulis skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan karena bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr Lodovisus Lasdi, MM. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Anastasia Septawulandari H.,SE.,M.Si. selaku Wakil Dekan II sekaligus pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta banyak memeberikan masukan, semangat dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Ibu Herlina Yoka Roida, SE., M, Com (Fin) selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Sri Yunan Budiarsi, Dra. Ec. MS selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta banyak memeberikan masukan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

5. Bapak Ibu dosen dan seluruh staff pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis.
6. Seluruh staff tata usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Staff perpustakaan yang telah membantu selama proses perkuliahan dan kelancaran pengajuan skripsi ini.
- 7 . Mama Nyoman Lilis yang sudah bekerja keras mencari uang buat kuliah saya dan selalu memberikan semangat, perhatian, kasih sayang hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Kakak Rudy Irawan dan Theresia Ayu, dan juga adik Wisnu Yudha yang telah memberikan doa semangat dan perhatian kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-Sahabat penulis Fenny Felicia Lumintang,SE, Lanny Indriana Wiyono, Christian Hadi, Tutik Haryanti, Wijoyo, Robby Sucitro, Jeffry Wihartono, dan Christian Sentoso Jap yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Teman-teman di dalam maupun diluar kampus Monika, Dicky, Edwin Surya, Vivi Christiana, dan Chriscorfia yang selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis secara jujur tidak mengakui tidak dapat membalas kebaikan-kebaikan semua pihak yang telah disebutkan diatas. Kiranya Tuhan yang Maha Kuasa memeberikan dan membalas semua amal baik dari pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini

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

Surabaya, Juni 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat .....	6
1.5. Sistematika Skripsi .....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	9
2.2.1. Perilaku Konsumen.....	9
2.2.2. <i>Store Atmosphere</i> .....	10
2.2.3. <i>Store Location</i> .....	10



2.2.4.	<i>In-Store Emotional Experiences</i> .....	12
2.2.5.	<i>Store Attitude</i> .....	13
2.2.6.	<i>Speciality Store</i> .....	14
2.3.	Hubungan Variabel	
2.3.1.	Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dan <i>In-Store Emotional Experiences</i> .....	14
2.3.2.	Hubungan <i>Store Location</i> dan <i>Store Attitude</i> .....	15
2.3.3.	Hubungan <i>In-Store Emotional Experiences</i> dan <i>Store Attitude</i> .....	16
2.3.4.	Hubungan <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Store Attitude</i> melalui <i>In-Store Emotional Experiences</i> .....	17
2.4.	Model Penelitian .....	18
2.5.	Hipotesis .....	19
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	20
3.1.	Desain Penelitian .....	20
3.2.	Identifikasi Variabel .....	20
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	21
3.4.	Jenis Data dan Sumber Data .....	21
3.4.1.	Jenis Data .....	23
3.4.2.	Sumber Data .....	23
3.5.	Skala Pengukuran Variabel .....	23
3.6.	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	24
3.6.1.	Alat Pengumpulan Data .....	24
3.6.2.	Metode Pengumpulan Data .....	24
3.7.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	25
3.7.1.	Populasi .....	25

3.7.2. Sampel Penelitian .....	25
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.8. Teknik Analisis Data .....	27
3.8.1. Uji Normalitas .....	27
3.8.2. Uji Kecocokan Model .....	28
1. Kecocokan Seluruh Model .....	28
2. Kecocokan Model Pengukuran .....	29
a. Validitas .....	29
b. Reliabilitas .....	30
3. Kecocokan Model Struktural .....	31
BAB 4 HASIL dan PEMBAHASAN .....	32
4.1. Data Responden .....	32
4.2. Deskriptif Data .....	32
4.2.1. Karakteristik Responden .....	32
4.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	34
4.3. Analisis Data .....	38
4.3.1. Uji Validitas .....	38
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	40
4.3.3. Uji Normalitas .....	44
4.3.4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	47
4.3.5. Uji Kecocokan Model Struktural .....	50
4.3.6. Uji Hipotesis .....	51
4.4. Pembahasan .....	54
4.4.1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>In-Store Emotional Experiences</i> .....	54
4.4.2. Pengaruh <i>In-Store Emotional Experiences</i> terhadap <i>Store Attitude</i> .....	55
4.4.3. Pengaruh <i>Store Location</i>	

	terhadap <i>Store Attitude</i> .....	55
4.4.4.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Store Attitude</i> melalui <i>In-Store Emotional Experiences</i> .....	56
BAB 5	SIMPULAN dan SARAN .....	57
5.1.	Simpulan .....	57
5.2.	Saran .....	58
5.2.1.	Saran Akademis .....	58
5.2.2.	Saran Praktis .....	58
5.3.	Keterbatasan .....	59
DAFTAR KEPUSTAKAAN		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Tabel Perbandingan Penelitian ..... 8
Tabel 4.1	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 32
Tabel 4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..... 33
Tabel 4.3	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili ..... 33
Tabel 4.4	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... 34
Tabel 4.5	Tabel Derajat Penelitian Setiap Variabel..... 35
Tabel 4.6	Tabel <i>Descriptive Statistic Store Atmosphere</i> .....36
Tabel 4.7	Tabel <i>Descriptive Statistic Store Locaton</i> ..... 36
Tabel 4.8	Tabel <i>Descriptive Statistic In-Store Emotional Experiences</i> ..... 37
Tabel 4.9	Tabel <i>Descriptive Statistic Store Attitude</i> ..... 38
Tabel 4.10	Tabel Validitas ..... 39
Tabel 4.11	Tabel Reliabilitas ..... 40
Tabel 4.12	Tabel Normalitas Univariat ..... 44
Tabel 4.13	Tabel Normalitas Multivariat ..... 46
Tabel 4.14	Tabel Kesesuaian Model Struktural ..... 47
Tabel 4.15	Tabel Uji Hipotesis ..... 51
Tabel 4.16	Tabel <i>Direct Effect, Indirect Effect and Total Effect Variable</i> ..... 53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Gambar Model Konseptual ..... 18

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : KUESIONER
- Lampiran 2 : IDENTIFIKASI RESPONDEN
- Lampiran 3 : STATISTIK DESKRIPTIF
- Lampiran 4 : UJI NORMALITAS
- Lampiran 5 : OUTPUT TEKS
- Lampiran 6 : PATH DIAGRAM

**THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE, STORE LOCATION,  
AND IN-STORE EMOTIONAL EXPERIENCES  
ON STORE ATTITUDE AT SPECIALITY STORE “STROBERI”  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**ABSTRACT**

The purpose of this research is knowing the effect of store atmosphere towards in-store emotional experiences, the effect store location towards store attitude, the effect in-store emotional experiences towards store attitude and store atmosphere towards store attitude through in-store emotional experiences at speciality store “Stroberi” Tunjungan Plaza Surabaya. Amount samples in this study is 150 samples. Data analysis technique used is a Structural Equation Model (SEM) with LISREL 8.70 program.

The results of this study indicate that store atmosphere has a positive effect towards in-store emotional experiences, store location has a positive effect towards store attitude, in-store emotional experiences has a positive towards store attitude, and store atmosphere has a positive towards store attitude through in-store emotional experiences.

Keywords: *Store Atmosphere, Store Location, In-Store Emotional Experience, Store Attitude*

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *STORE LOCATION*, dan  
*IN-STORE EMOTIONAL EXPERIENCES* TERHADAP  
*STORE ATTITUDE* PADA *SPECIALITY STORE “STROBERI”*  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap *in-store emotional experiences*, pengaruh *store location* terhadap *store attitude*, pengaruh *in-store emotional experiences* terhadap *store attitude* dan pengaruh *store atmosphere* pada *store attitude* *in-store emotional experiences* pada *speciality store “Stroberi”* Tunjungan Plaza Surabaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 150 sampel. Teknik analisa data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan program LISREL 8.70.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap *in-store emotional experiences*, *store location* berpengaruh positif terhadap *store attitude*, *in-store emotional experiences* berpengaruh positif terhadap *store attitude*, dan *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap *store attitude* melalui *in-store emotional experiences*.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, *Store Location*, *In-Store Emotional Experience*, *Store Attitude*