

**PENGARUH VARIABEL *SHOPPING ATTITUDE*, *SHOPPING
FREQUENCY* , *BRAND LOYALTY*, *STORE LOYALTY*,
PERCEIVED STORE PRICE DAN *STORE DISTANCE*
TERHADAP SIKAP KONSUMEN SAAT
MENGHADAPI *STOCKOUT*
DI INDOMARET
SURABAYA**



**CYNTHIA PRASETYO CHANDRA
3103010092**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PENGARUH VARIABEL *SHOPPING ATTITUDE* ,*SHOPPING
FREQUENCY* , *BRAND LOYALTY* , *STORE LOYALTY* , *PERCEIVED
STORE PRICE* DAN *STORE DISTANCE*
TERHADAP SIKAP KONSUMEN SAAT
MENGHADAPI *STOCKOUT*
DI INDOMARET
SURABAYA**

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

OLEH:
CYNTHIA PRASETYO CHANDRA
3103010092

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH VARIABEL *SHOPPING ATTITUDE* , *SHOPPING FREQUENCY* , *BRAND LOYALTY* , *STORE LOYALTY PERCEIVED* *STORE PRICE* DAN *STORE DISTANCE* TERHADAPSIKAP KONSUMEN SAAT MENGHADAPI *STOCKOUT* DI INDOMARET SURABAYA

Oleh:
CYNTHIA PRASETYO CHANDRA
3103010092

Telah Disetujui dan Diterima Untuk Sidang Akhir

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Lena Ellitan, P.HD

Tanggal :

Veronika Rahmawati, SE., M.SI

Tanggal : 28 April 2014

HALAMAN PENGESAHAN

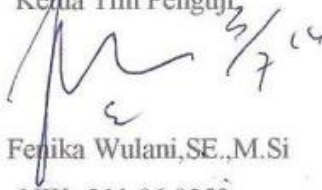
Skripsi yang ditulis oleh: Cynthia Prasetyo Chandra

NRP 3103010092

Telah diuji pada tanggal 30-06-2014 dan dinyatakan lulus oleh

Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si

NIK. 311.96.0252

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK. 311. 99.0369

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM
NIK. 321. 99. 0370

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 : Cynthia.Prasetyo.Chandra

NRP : 3103010092

Judul Skripsi : Pengaruh *Shopping attitude, Shopping frequency, Brand loyalty, Store loyalty, Perceived store price, dan Store distance*, terhadap sikap konsumen saat menghadapi *stockout* di Indomaret 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 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.



KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih, karunia, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Maksud serta tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak terlepas atas bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Herlina Yoka Roida M.Com., SE., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Lena Ellitan.P,HD selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Veronika Rahmawati,SE.,M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Semua dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen yang telah membagikan pengalaman, pengetahuan, serta wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan skripsi ini.

6. Orang tua dan adik-adik serta kakak laki saya yang berada di Surabaya, yang selalu memberikan dorongan moral serta dukungan semangat dan doa kepada penulis selama kuliah hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Orang yang telah bersusah payah membantu saya dalam menyusun penulisan skripsi ini (Fendy) .Serta teman-teman saya di Universitas Katolik Widya Mandala , yang telah memberikan dukungan di dalam pembuatan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat memberi manfaat bagi yang berkenan membacanya. Penulis telah berusaha dalam penyusunan skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman, maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak akan sangat membantu penulis dalam memperbaiki penulisan-penulisan berikutnya.

Surabaya, 03 Juli 2014

(Cynthia.PC)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 <i>Attitude towards in stockout situations</i>	16
2.2.2 <i>Shopping Attitude</i>	20
2.2.3 <i>Shopping Frequency</i>	24
2.2.4 <i>Brand loyalty</i>	26
2.2.5 <i>Store Loyalty</i>	28
2.2.6 <i>Perceived Store Price</i>	31
2.2.7 <i>Store Distance</i>	34
2.3 Hubungan antar variabel	36
2.3.1 Pengaruh <i>Shopping Attitude</i> terhadap sikap <i>Konsumen pada saat stockout</i>	36
2.3.2 Pengaruh <i>Shopping Frequency</i> terhadap sikap <i>Konsumen pada saat stockout</i>	36
2.3.3 Pengaruh <i>Brand loyalty</i> terhadap sikap <i>Konsumen pada saat stockout</i>	37
2.3.4 Pengaruh <i>Store Loyalty</i> terhadap sikap <i>Konsumen pada saat stockout</i>	37

2.3.5 Pengaruh <i>Perceived store price</i> terhadap sikap Konsumen pada saat stockout	38
2.3.6 Pengaruh <i>Store Distance</i> terhadap sikap Konsumen pada saat stockout	38
2.4 Model Penelitian.....	39
2.5 Hipotesis	39
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Desain Penelitian	41
3.2. Identifikasi Variabel	41
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	44
3.5. Pengukuran Variabel	45
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	45
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.8. Metode Analisis Data.....	47
3.9. Asumsi-Asumsi klasik.....	48
3.9.1 Uji Normalitas Data.....	48
3.9.2 Uji Multikolonearitas.....	48
3.9.3 Uji Heterokedastisitas	49
3.10. Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.10.1 Uji Goodness of Fit	50
3.10.2 Uji f	51
3.10.3 Uji t	51
3.10.4 Koefisien Determinasi (R_2)	52
BAB 4 ANALISIS dan PEMBAHASAN.....	53
4.1 Karakteristik Responden.....	53
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	55
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
4.4 Analisis Data Regresi Linear Berganda	65
4.4.1 Persamaan Regresi	65
4.4.2 Uji Multikolinieritas	65
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	66
4.5 Uji Kecocokan Model	67
4.6 Uji Hipotesis	67
4.7 Pembahasan.....	69
BAB 5 SIMPULAN dan SARAN.....	76
5.1. Simpulan.....	76
5.2. Keterbatasan.....	76
5.3. Saran.....	77
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	79

DAFTAR TABEL

Nomor :		Halaman
1.1.	Tabel Barang yang Mengalami <i>Stockout</i> pada Beberapa Indomaret di Kota Surabaya Dalam Beberapa Bulan Terakhir.....	4
2.1.	Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	13
4.1.	Tabel Konsumen yang Merupakan Pelanggan di Indomaret...	53
4.2.	Tabel Pernah Mengalami <i>StockOut</i> Saat Berbelanja di Indomaret.....	54
4.3.	Tabel Domisili.....	54
4.4.	Tabel Interval Rata-Rata Skor.....	55
4.5.	Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Shopping Attitude</i>	55
4.6.	Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Shopping Frequency</i>	57
4.7.	Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i>	57
4.8.	Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Loyalty</i>	59
4.9.	Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Store Price</i>	59
4.10.	Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Distance</i>	60
4.11.	Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Attitude Towards</i>	61
4.12.	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Bebas.....	63
4.13.	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Terikat.....	63
4.14.	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	64
4.15.	Tabel <i>Output</i> Statistik Regresi Linear Berganda	65
4.16.	Tabel Uji Multikolinieritas VIF.....	66

4.17.	Tabel Uji Uji Heteroskedatisitas Glejser.....	66
4.18.	Tabel Hasil uji pendekatan nilai kritis.....	68

DAFTAR GAMBAR

Nomor:	Halaman
2.1. Tipe Perilaku Pembelian.....	18
2.2. Perbandingan keadaan persediaan dengan keadaan yang sesungguhnya yang hasilnya <i>stockout</i>	20
2.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen).....	23
2.4. Kerangka Konseptual Penelitian.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor :

1. Kuesioner
2. Karakteristik Responden
3. Uji Validitas
4. Uji Reliabilitas
5. Uji Regresi
6. Statistik Deskriptif

PENGARUH VARIABEL *SHOPPING ATTITUDE* ,*SHOPPING FREQUENCY* , *BRAND LOYALTY* , *STORE LOYALTY*, *PERCEIVED STORE PRICE* DAN *STORE DISTANCE* TERHADAP SIKAP KONSUMEN SAAT MENGHADAPI *STOCKOUT* DI INDOMARET SURABAYA

Abstrak

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh *shopping attitude*, *shopping frequency*, *brand loyalty*, *store loyalty*, *perceived store price* dan *store distance* terhadap sikap konsumen saat menghadapi *stockout* di Indomaret Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Karakteristik sampel dalam penelitian ini yaitu Konsumen Indomaret di Surabaya yang sudah pernah mengalami situasi *stock out*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Shopping Attitude* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen terhadap toko saat pada *stockout*, *Shopping Frequency* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen terhadap toko saat pada *stockout*, *Brand Loyalty* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen terhadap toko saat pada *stockout*, *Store Loyalty* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen terhadap toko saat pada *stockout*, *Perceived Store Price* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen terhadap toko saat pada *stockout*, dan *Store Distance* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen terhadap toko saat pada *stockout*. Hasil ini diperkuat dengan hasil uji validitas, reliabilitas, uji F, nilai R square dan uji t.

Kata Kunci: *shopping attitude*, *shopping frequency*, *brand loyalty*, *store loyalty*, *perceived store price*, *store distance* dan *stockout*

THE IMPACT OF VARIABLE SHOPPING ATTITUDE, SHOPPING FREQUENCY, BRAND LOYALTY, STORE LOYALTY, PERCEIVED STORE PRICE AND STORE DISTANCE OF CONSUMER ATTITUDES WHEN DEALING STOCKOUT IN INDOMARET SURABAYA

Abstract

This research aims to determine the relationship and influence shopping attitude, shopping frequency, brand loyalty, store loyalty, perceived price stores and stores distance on consumer attitude in the face of stockout in Indomaret Surabaya. This study uses the technique of multiple linear regression analysis. Sampling technique in this study using purposive sampling. The sample used in this study was 100 respondents. Characteristics of the sample in this study is in Surabaya Indomaret Consumers who've never experienced a stock out situation.

The results showed that the Shopping Attitude positive effect on consumer attitudes towards the store when the stockout, Shopping Frequency positively influence consumer attitudes towards the store when the stockout, Brand Loyalty positive influence on consumer attitudes towards the store when the stockout, Store Loyalty terhdap positive influence consumer attitudes towards the store when the stockout, Perceived Store Price positively influence consumer attitudes towards the store when the stockout, and Store Distance positive effect on consumer attitudes towards the store when the stockout. These results were confirmed by the results of test validity, reliability, F test, R-square values and t test.

Key Words : *shopping attitude, shopping frequency, brand loyalty, store loyalty, perceived store price, store distance and stockout*