

**PENGARUH *MERCHANDISE*, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
SERVICE TERHADAP PEMILIHAN FORMAT TOKO PADA TOKO
PAKAIAN POLO DI SURABAYA**



**OLEH :
DEVILIA MELINA CHRISTHIE
3103010161**

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

**PENGARUH *MERCHANDISE*, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
SERVICE DALAM PEMILIHAN FORMAT TOKO PADA TOKO
PAKAIAN POLO DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

DEVILIA MELINA CHRISTHIE

3103010161

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *MERCHANDISE*, *STORE ATMOSPHERE*, DAN *SERVICE*
DALAM PEMILIHAN FORMAT TOKO PADA TOKO PAKAIAN POLO
DI SURABAYA

OLEH:

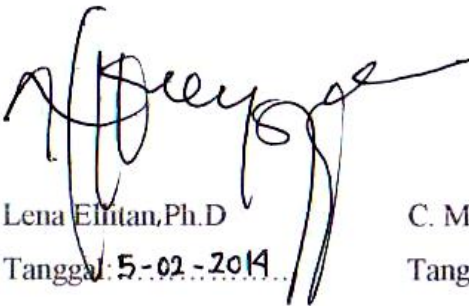
DEVILIA MELINA CHRISTHIE

3103010161

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Lena Elitita, Ph.D
Tanggal: 5-02-2014

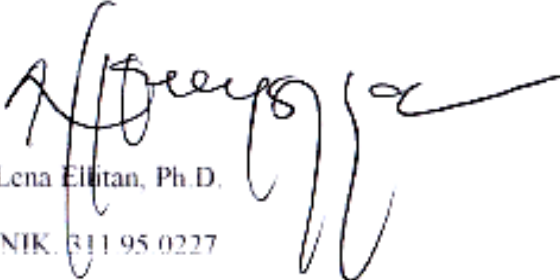


C. Marlana Junaedi, SE., M.Si., CBA
Tanggal: 13-02-2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : DEVILIA MELINA CRISTHIE, NRP:
3103010161 telah diuji pada tanggal 28 Februari 2014 dan
dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji

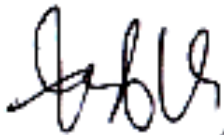


Lena Ellitan, Ph.D.
NIK. 311 95 0227

Mengetahui:



Dean
Dr. Ludovicus Lasdi, SE., MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan

Elisabeth Suprilaryanti SE, M.Si
NIK. 311.99.0369

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devilia Melina Christhie

NRP : 3103010161

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya:

PENGARUH MERCHANDISE, STORE ATMOSPHERE, DAN SERVICE
DALAM PEMILIHAN FORMAT TOKO PADA TOKO PAKAIAN POLO
DI SURABAYA

Untuk dipublikasikan /ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademis sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kasih karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE. M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit, SE, M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Lena Ellitan P.hD, selaku dosen pembimbing I Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Ibu C. Marliana Junaedi, SE.,M.Si.,CBA., selaku dosen pembimbing II Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.

7. Orang tua dan keluarga yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, dukungan, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, Februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang Permasalahan	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademik	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 <i>Retail</i>	10
2.2.2 Peritel	10

2.2.3	Pengelompokan Ritel	9
2.2.4	<i>Store Image</i>	11
2.2.5	<i>Merchandise</i>	14
2.2.6	<i>Store Atmosphere</i>	17
2.2.7	Service	24
2.2.8	Hubungan antar Variabel	27
	2.2.8.1 Hubungan <i>Merchandise</i> terhadap <i>Store Format</i>	27
	2.2.8.2 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Store</i> <i>Format</i>	28
	2.2.8.3 Hubungan <i>Sevice</i> terhadap <i>Store Format</i>	28
2.3	Model Analisis	30
2.4	Hipotesis	30

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	31
3.2	Identifikasi Variabel	31
3.3	Definisi Operasional Variabel	32
3.4	Jenis data dan Sumber Data	34
	3.4.1 Jenis Data	34
	3.4.2 Sumber Data	34
3.5	Skala pengukuran Variabel	34
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	35
	3.7.1 Populasi	35
	3.7.2 Sampel	35

3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel	36
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.8.1 Uji Validitas	37
3.8.2 Uji Reliabilitas	37
3.9 Teknik Analisis Data	38
 BAB 4 ANALISI DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden	40
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian ...	44
4.3.1 Statistik Deskriptif	
Variabel <i>Merchandise</i>	45
4.3.2 Statistik Deskriptif Variabel	
<i>Store Atmosphere</i>	46
4.3.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service</i> ...	47
4.4 Analisis Diskriminan	48
4.4.1 Menilai Sampel Validasi dan Analisis	
Analisis Diskriminan	48
4.4.2 Mengidentifikasi Variabel Diskriminan ..	49
4.4.3 Menentukan Signifikansi Diskriminan ...	51
4.4.4 Interpretasi Hasil Analisis Diskriminan.....	53
4.4.5 Menentukan Fungsi Diskriminan	54
4.4.6 Menentukan Statistik Kelompok	54
4.5 Pembahasan	55
 BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	59

5.2 Saran	59
5.2 Keterbatasan Penelitian	60

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan Saat Ini	7
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan...	39
Tabel 4.4	Karakteristik Respenden Berdasarkan Pendapatan ..	40
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Bebas	41
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.7	Interval Rata - Rata Skor	42
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Merchandising</i>	43
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Atmposphere</i>	44
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service</i>	45
Tabel 4.11	<i>Classification Results</i> untuk Menilai Validasi	48
Tabel 4.12	<i>Classification Result</i> untuk menilai sampel analisis....	49
Tabel 4.13	<i>Test of Equality of Group Means</i>	50
Tabel 4.14	<i>Eigenvalues</i> untuk Menentukan Signifikansi.....	51
Tabel 4.15	<i>Wilk's Lambda</i>	52
Tabel 4.16	<i>Pooled Within-Groups Matrices</i>	52
Tabel 4.17	<i>Structure Matric</i>	53
Tabel 4.18	<i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	54
Tabel 4.19	<i>Group Statistics</i>	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis Penelitian	29
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2.	Tanggapan Responden
Lampiran 3.	Karakteristik Responden
Lampiran 4.	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 5.	Statistika Deskriptif
Lampiran 6.	Hasil Diskriminan

Abstrak

Pedagang ritel merupakan mata rantai terakhir dalam proses distribusi. Perkembangan bisnis ritel dalam pasar modern memberikan alternatif belanja yang menarik bagi konsumen. Format toko yang berbeda dengan karakteristik yang berbeda memungkinkan persepsi konsumen terhadap citra toko dari masing-masing format toko menjadi berbeda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *merchandise*, *store atmosphere*, dan *service* dapat membedakan konsumen dalam memilih format toko pada toko pakaian POLO di Surabaya. Penelitian ini menggunakan dua format toko yang berbeda, yaitu *Departement store* dan *Speciality store*.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuisioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen dari toko pakaian POLO di Surabaya. teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Teknik yang digunakan untuk menarik sampel adalah teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *merchandise*, *store atmosphere*, dan *service* dapat membedakan konsumen dalam memilih format toko pada toko pakaian POLO di Surabaya.

Kata Kunci: *Merchandise; Store Atmosphere; Service; Store Format.*

PENGARUH *MERCHANDISE*, *STORE ATMOSPHERE*, DAN *SERVICE* DALAM PEMILIHAN FORMAT TOKO PADA TOKO PAKAIAN POLO DI SURABAYA

Abstract

Retailer became the last link in the distribution process. The development of modern retail business in the market provide an attractive alternative for consumers shopping. Format different stores with different characteristics allow consumers' perception of store image of each store into different formats. The objective of the study was to investigate the whether the merchandise, store atmosphere, and the service can differentiate consumers in the selection of the store format Polo garment shop in Surabaya. This research use two different format's shop, there are Departement Store and Speciality Store.

Data collection techniques in this study by distributing questionnaires to 100 respondents who were customers of POLO garment shop Surabaya. Retrieval technique of sampling used is non probability sampling. The type of method used is the purposive sampling. Analytical techniques used was discriminant analysis with the help of the program SPSS. The results of this analysis indicate that merchandise, store atmosphere, and service can differentiate in the selection of the store format POLO garment shop Surabaya.

Keywords: *Merchandise; Store Atmosphere; Service; Store Format.*