

**PENGARUH *STORE ENVIRONMENT QUALITY*, TERHADAP
PERCEIVED LEGITIMACY DAN *CUSTOMER SHOPPING*
BEHAVIOR DI MATAHARI DEPARTEMENT STORE
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

Skripsi – S1



OLEH:
SIMPLISIUS HOLLY BUDIMAN
3103013290

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2017

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *STORE ENVIRONMENT QUALITY*, TERHADAP
PERCEIVED LEGITIMACY DAN *CUSTOMER SHOPPING BEHAVIOR*
DI MATAHARI DEPARTMENT STORE TUNJUNGAN PLAZA
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

SIMPLISIUS HOLLY BUDIMAN

3103013290

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *STORE ENVIRONMENT QUALITY*, TERHADAP *PERCEIVED LEGITIMACY* DAN *CUSTOMER SHOPPING BEHAVIOR* DI MATAHARI DEPARTMENT STORE TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Oleh:
SIMPLISIUS HOLLY BUDIMAN
3103012163

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

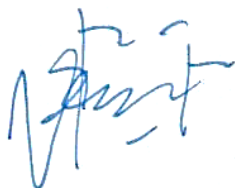
Pembimbing 1,



Dr. Tutty Lindawati, S.E., M.M.

Tanggal: 14/7/17

Pembimbing 2,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si

Tanggal: 13/7/17

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Simplisius H. Budiman NRP 3103013290 Telah diuji pada tanggal 28 juli 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Tuty Lindawati, S.E., M.M.

NIK 311. 97. 0297

Mengetahui:

Dekan



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

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc
NIK. 311. 11. 0678

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SIMPLISIUS HOLLY BUDIMAN

NRP : 3103013290

Judul : PENGARUH *STORE ENVIRONMENT QUALITY*, TERHADAP
PERCEIVED LEGITIMACY DAN *CUSTOMER SHOPPING*
BEHAVIOR DI MATAHARI DEPARTMENT STORE
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

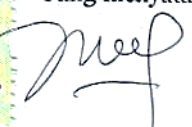
Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya Tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

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, 2017
Yang menyatakan,


Simplisius H. Budiman

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas anugerahNya. Limpahan kasih karunia dan rahmatNya yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Environment Quality*, Terhadap *Perceived Legitimacy* dan *Customer Shopping Behavior* Di Matahari Department Store Tunjungan Plasa Surabaya” yang dapat selesai dengan tepat waktu.

Dan tidak hanya itu saja, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bpk. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Bpk. Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr.Tuti Lindawati, SE., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan yang sangat berguna dan ide cemerlang yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Veronika Rahmawati, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna.
5. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal.

6. Papa Herman dan Mama Siska. Terimakasih buat papa dan mama yang selama ini telah membiayai sekolah dan selalu mengusahakan yang terbaik baik bagi anak-anaknya. Terima kasih untuk selalu mengingatkan agar terus berjuang dan bersemangat, memberikan doa, motivasi, serta nasehat dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Koko Joy, Cece filly dan Jovi yang selalu mengingatkan untuk terus berjuang dan bersemangat, memberikan doa, motivasi, serta dukungan yang besar dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Enu Gradiana Novanti yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang serta semangat untuk kelancaran skripsi ini. Terimakasih untuk kesabaran dan ketulusannya menemani penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kawan-kawan Sanpio 52 dan kawan-kawan kost doho dalam 20-G yang selalu setia menemani, memberikan semangat dan motivasi serta memberikan saran-saran juga berbagi ide-ide yang berarti bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, pikiran, kemampuan dan tenaga yang saya miliki. Sehingga dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik guna pengembangan selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan penulisan pada skripsi ini.

Surabaya, 2017

Simplisius HollyBudiman

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR ISI	viii
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	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1. <i>Theory of planned behavior</i>	11
2.2.2. <i>Shopping behavior</i>	12
2.2.3. Persepsi legitimasi	14

2.2.4. <i>Store Environment</i>	16
2.3 Hubungan Antar Variabel	18
2.3.1. Pengaruh <i>store environment</i> terhadap <i>perceived legitimacy</i>	18
2.3.2. Pengaruh <i>perceived legitimacy</i> terhadap Shopping Behavior	18
2.3.3. Pengaruh <i>store environment quality</i> terhadap <i>Shopping Behavior</i> yang dimediasi oleh <i>perceived legitimacy</i>	19
2.4 Kerangka Teoritis.....	20
2.5 Hipotesis	20
BAB 3 METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Identifikasi Variabel	21
3.3 Definisi Operasional Variabel	22
3.3.1 <i>Shopping Behavior</i>	22
3.3.2. <i>Perceived Legitimacy</i>	22
3.3.3. <i>Store Environment</i>	23
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	23
3.4.1. Jenis Data	23
3.4.2. Sumber Data.....	24
3.5. Skala Pengukuran Variabel	24
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	25
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	25
3.7.1. Populasi.....	25
3.7.2. Sampel	26
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.8. Teknik Analisis Data	27

3.8.1. Estimasi Parameter SEM.....	27
3.8.2. Uji Validitas	28
3.8.3. Uji Reliabilitas.....	28
3.8.4. Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit Index</i>).....	29
3.8.5. Uji Hipotesis.....	30
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Deskriptif Hasil Penelitian	32
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	32
4.2 Deskripsi Jawaban Responden	34
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel <i>Store Environment Quality</i> (ξ_1).....	35
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Legitimacy</i> (η_1)	36
4.2.3. Analisis Deskriptif Variabel <i>Shopping Behavior</i> (η_2)	37
4.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	39
4.3.1. Uji Normalitas	39
4.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
4.3.3. Uji Kecocokan Model	44
4.3.4. Persamaan Model Sruktural	46
4.3.5. Pengujian Hipotesis	47
4.4. Pembahasan	49
4.4.1. Pengaruh <i>Store Environment Quality</i> terhadap <i>Perceived legitimacy</i>	49
4.4.2. Pengaruh <i>Perceived Legitimacy</i> terhadap <i>Shopping Behavior</i>	50
4.4.3. Pengaruh <i>Store Environment Quality</i> terhadap	

<i>Shopping Behavior</i> melalui <i>perceived legitimacy</i>	51
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1. Simpulan.....	53
5.2. Saran.....	53
5.2.1. Saran Akademis.....	54
5.2.2. Saran Praktis	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	10
Tabel 3.1. Keterangan Derajat Kecocokan yang dapat diterima	29
Tabel 4.1. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	32
Tabel 4.2. Karakteristik Responden berdasarkan usia.....	33
Tabel 4.3. Karakteristik Responden berdasarkan pembelanjaan.....	33
Tabel 4.4. Derajat Penilaian Rata-Rata Setiap Variabel	34
Tabel 4.5. Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel <i>Store environment quality (ζ_1)</i>	35
Tabel 4.6. Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel <i>Perceived legitimacy (η_1)</i>	36
Tabel 4.7. Hasil Penelitian Rata-Rata Variabel <i>Shopping Behavior (η_2)</i>	38
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas Data Univariat.....	39
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas Data Multivariat.....	40
Tabel 4.10. <i>Measurement Model</i> Variabel Eksogen dan Endogen	42
Tabel 4.11. Ikhtisar <i>Goodness of Fit Indeks</i>	44
Tabel 4.12. <i>Structural Equation</i>	46
Tabel 4.13. Pengujian Hipotesis.....	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. <i>Teori Planned Behavior</i> (TPB).....	12
Gambar 2.2. Model Kerangka Teoritis	20

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Tabel Deskripsi
- Lampiran 4. Output Prelis
- Lampiran 5. Output Lisrel

PENGARUH *STORE ENVIRONMENT QUALITY*, TERHADAP *PERCEIVED LEGITIMACY* DAN *CUSTOMER SHOPPING BEHAVIOR* DI MATAHARI
DEPARTEMENT STORE TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

ABSTRAK

Perkembangan teknologi modern memberikan dampak kehidupan yang menjadi semakin lebih praktis, cepat, dan ekonomis. Seiring dengan perkembangan teknologi tersebut, keberadaan bisnis ritel modern menjadi semakin penting karena adanya pergeseran pola belanja masyarakat yang lebih suka berbelanja di pasar ritel modern seperti minimarket, supermarket atau hipermarket. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang berumur 17 tahun keatas dan pernah berbelanja di Matahari Department Store Tunjungan Plasa Surabaya. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dan pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling insidental*. Sampel berjumlah 110 responden yaitu pria dan wanita. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah SEM (*Structural Equation Model*). Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Store Environment Quality* mempunyai pengaruh terhadap *Perceived Legitimacy*, *Perceived Legitimacy* mempunyai pengaruh terhadap *Shopping Behavior*, serta *Store environment Quality* berpengaruh terhadap *Shopping Behavior*, melalui mediasi *Perceived Legitimacy*.

Kata Kunci : *Store environment Quality*, *Perceived Legitimacy*, *Shopping Behavior*.

THE INFLUENCE OF STORE ENVIRONMENT QUALITY, AGAINST
PERCEIVED LEGITIMACY AND CUSTOMER SHOPPING BEHAVIOR
AT MATAHARI DEPARTMENT STORE TUNJUNGAN PLAZA
SURABAYA

ABSTRACT

The development of modern technology has an impact on life that is becoming more practical, fast and economical. Along with the development of these technologies, the existence of modern retail business becomes increasingly important because of the shift in spending patterns of people who prefer to shop in modern retail markets such as minimarkets, supermarkets or hypermarkets. The population of this study are consumers aged 17 years and over and have been shopping at Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya. Sampling used in this research is nonprobability sampling and the taking of the sample using incidental sampling technique. The sample was 110 respondents ie men and women. Data collection is done by distributing questionnaires. Data analysis technique used in this research is SEM (Structural Equation Model). Test results show that Store Environment Quality has an influence on Perceived Legitimacy; Perceived Legitimacy has an effect on Shopping Behavior, and Store environment Quality influence to Shopping Behavior, through Perceived Legitimacy mediation.

Keywords :*Store environment Quality, Perceived Legitimacy, Shopping Behavior.*