

**PENGARUH *SALES PEOPLE'S COMPETENCE*,
SALES PEOPLE'S TRUSTWORTHINESS, DAN
ENVIRONMENT TERHADAP *SATISFACTION*
DAN LOYALTY INTENTION DI *SPECIALITY*
STORE DI PEDRO TUNJUNGAN
PLAZA SURABAYA**



**OLEH:
JESSICA OKTAVIANI TANANDJAJA
3103016047**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020**

**PENGARUH *SALES PEOPLE'S COMPETENCE*,
SALES PEOPLE'S TRUSTWORTHINESS, DAN
ENVIRONMENT TERHADAP *SATISFACTION*
DAN *LOYALTY INTENTION* DI *SPECIALITY*
STORE DI PEDRO TUNJUNGAN
PLAZA SURABAYA**

SKRIPSI

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

**OLEH:
JESSICA OKTAVIANI TANANDJAJA
3103016047**

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

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *SALES PEOPLE'S COMPETENCE*, *SALES PEOPLE'S TRUSTWORTHINESS*, DAN *ENVIRONMENT* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *LOYALTY INTENTION* DI *SPECIALITY* STORE DI PEDRO TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Oleh:

JESSICA OKTAVIANI TANANDJAJA
3103016047

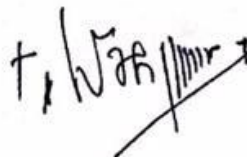
Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si.
NIDN. 07030307201
Tanggal: ...18/12/2019



Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM.
NIDN. 0707088604
Tanggal:18/12/2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Jessica Oktaviani Tanandjaja dengan NRP
3103016047

Telah diuji pada tanggal 16 Januari 2020 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Dra. EC. Lydia Ari Widyarini. MM

NIDN: 0727036701

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA., CPA.
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc.
NIDN. 0703087902

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jessica Oktaviani Tanandjaja

NRP : 3103016047

Judul Skripsi : Pengaruh *Salespeople's Competence, Salespeople's Trustworthiness, dan Environment* terhadap *Satisfaction dan Loyalty Intention* di *Speciality Store* di Pedro Tunjungan Plaza Surabaya

Menyatakan bahwa 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.

Surabaya, 18 Desember 2019

Yang menyatakan



Jessica Oktaviani Tanandjaja

KATA PENGANTAR

Peneliti sangat bersyukur atas berkat, rahmat, dan bimbingan dari Tuhan Yesus Kristus sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh *Sales people’s Competence, Sales people’s Trustworthiness*, dan *Environment* Terhadap *Satisfaction* dan *Loyalty Intention* di *Speciality Store* di Pedro Tunjungan Plaza Surabaya.” Penulisan tugas akhir ini bertujuan sebagai salah satu persyaratan akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam proses penulisan tugas akhir ini, peneliti telah mendapat banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM, Ak., CPAI. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran yang berguna kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Bapak Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran yang berguna kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama masa studi peneliti.
6. Keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan dalam penyelesaian tugas akhir.
7. Lungardi Sucipto Wibowo yang selalu memberikan dukungan dan saran, serta menemani peneliti selama penulisan tugas.

8. Teman-teman selama masa SMA yang selalu memberikan dukungan (Clara Tanazal, Stephanie Angeline, dan Vergina Natasha).
9. Teman-teman seperjuangan peneliti yang saling membantu dari semester pertama hingga sekarang ini (Supriyanto Freddy, Daniel Kevin A., Odilo Ian Mochtar, dan Rendyka Putra)
10. Clara Alverina yang telah membantu peneliti dengan memberikan masukan-masukan untuk pengerjaan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 17 Desember 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Teori SOR	7
2.1.2 <i>Sales people's Competence</i>	8
2.1.3 <i>Sales people's Trustworthiness</i>	8
2.1.4 <i>Environment</i>	9
2.1.5 <i>Satisfaction</i>	10
2.1.6 <i>Loyalty Intention</i>	11
2.2 Penelitian Terdahulu	11
2.3 Pengembangan Hipotesis	13
2.3.1 Pengaruh <i>Sales people's Competence</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	13
2.3.2 Pengaruh <i>Sales people's Trustworthiness</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	14
2.3.3 Pengaruh <i>Environment</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	14
2.3.4 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty Intention</i>	15
2.4a Kerangka Penelitian	15
2.4b Kerangka Konseptual.....	16
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	17
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	17
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	17
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	17
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	21

3.4 Metode Pengumpulan Data	22
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	22
3.5.1 Populasi	22
3.5.2 Sampel.....	22
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.6 Analisis data.....	23
3.6.1 Uji Normalitas Data	23
3.6.2 Uji Validitas	23
3.6.3 Uji Reliabilitas	23
3.6.4 Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit Index</i>).....	24
3.6.5 Uji Hipotesis	25
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	26
4.2 Deskripsi Data.....	30
4.3 Hasil Analisis Data.....	34
4.3.1 Uji Normalitas Data	34
4.3.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	36
4.3.3 Evaluasi Kecocokan Model Struktural.....	38
4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	39
4.3.4 Uji Hipotesis	39
4.4 Pembahasan.....	40
4.4.1 Pengaruh <i>Sales people's Competence</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	41
4.4.2 Pengaruh <i>Sales people's Trustworthiness</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	42
4.4.3 Pengaruh <i>Environment</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	43
4.4.4 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty Intention</i>	44
4.4.5 Pengaruh <i>Sales people's Competence, Sales peple's Trustworthiness,</i> <i>dan Environment</i> terhadap <i>Loyalty Intention</i> melalui <i>Satisfaction</i>	44
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	46
5.2 Keterbatasan.....	47
5.3 Saran.....	47
5.3.1 Saran Akademis	47
5.3.2 Saran Praktis	48
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	12
Tabel 3.1. Klasifikasi Variabel, Dimensi, dan Indikator	20
Tabel 4.1 Pernah Melakukan Pembelian.....	26
Tabel 4.2 Jumlah Pembelian	27
Tabel 4.3. Usia	27
Tabel 4.4. Jenis Kelamin	28
Tabel 4.5. Pendidikan Terakhir	28
Tabel 4.6. Pekerjaan	29
Tabel 4.7. Penghasilan Dalam Sebulan.....	29
Tabel 4.8. Interval Rata-rata Setiap Variabel.....	30
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Sales people's Competence</i>	30
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Sales people's Trustworthiness</i>	31
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel <i>Environment</i>	32
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i>	33
Tabel 4.13. Statistik Deskriptif Variabel <i>Loyalty Intention</i>	34
Tabel 4.14. Hasil Uji Normalitas <i>Univariate</i>	35
Tabel 4.15. Uji Normalitas <i>Multivariate</i>	36
Tabel 4.16. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.17. Uji Kecocokan Keseluruhan Model	39
Tabel 4.18. Uji Hipotesis	39

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah dari pembeli online di Indonesia dari 2016-2022	5
Gambar 2.1 SOR (<i>Stimuli Organism Response</i>)	7
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	16

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Persyaratan Menjadi Responden
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4a Jawaban Responden Mengenai Variabel *Sales people's Competence*
- Lampiran 4b Jawaban Responden Mengenai Variabel *Sales people's Trustworthiness*
- Lampiran 4c Jawaban Responden Mengenai Variabel *Environment*
- Lampiran 4d Jawaban Responden Mengenai Variabel *Satisfaction*
- Lampiran 4e Jawaban Responden Mengenai Variabel *Loyalty Intention*
- Lampiran 5 Identitas Responden
- Lampiran 6 Uji Normalitas
- Lampiran 7 *Output SEM*
- Lampiran 8a Tabel Estimates
- Lampiran 8b Tabel *Standart Solution*
- Lampiran 8c Tabel *T-Values*
- Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas

ABSTRAK

Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir merupakan *apocalypse* untuk dunia ritel *fashion* di Indonesia. Pada tahun 2017 sekitar 30-40 ritel di Indonesia ditutup dan tahun 2018 sekitar 40-50 ritel merelokasi dan reformat bisnisnya. Penyebab banyaknya penutupan ritel di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa hal antara lain (Evanfabio, 2018): transformasi karakteristik konsumen, kemunculan raksasa digital, dan *barrier to entry* yang semakin rendah. Hal ini membuktikan pernyataan yang menyatakan bahwa ritel di Indonesia semakin lesu karena konsumen lebih memilih untuk melakukan pembelian yang lebih mudah, yaitu pembelian online.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *sales people's competence*, *sales people's trustworthiness*, dan *environment* terhadap *loyalty intention* melalui *satisfaction* sebagai mediasi di *speciality store* Pedro di Tunjungan Plaza Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dan data primer, yang keduanya akan diperoleh dari kuesioner yang didistribusikan langsung di tempat. Objek dari penelitian ini adalah 150 responden yang telah memenuhi syarat berikut: pernah melakukan pembelian di Pedro di Tunjungan Plaza Surabaya minimal sebanyak 2 kali dalam 1 tahun terakhir dan telah berusia minimal 17 tahun. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) yang dibantu dengan menggunakan program LISREL.

Hasil penelitian menyatakan bahwa *sales people's competence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*, *sales people's trustworthiness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*, *environment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*, dan *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty intention*.

Kata Kunci: *Sales people's Competence, Sales people's Sales people's trustworthiness, Environment, Satisfaction, Loyalty Intention*

ABSTRACT

THE EFFECT OF SALES PEOPLE'S COMPETENCE, SALES PEOPLE'S TRUSTWORTHINESS, AND ENVIRONMENT TOWARDS SATISFACTION AND LOYALTY INTENTION ON SPECIALITY STORE PEDRO TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

The last three years has become the end of the world for fashion retail in Indonesia. In 2017, around 30-40 retails in Indonesia were closed and in 2018, around 40-50 retails were relocated and reformed their business. This is caused by (Evanfabio, 2018): transforming consumer characteristics, emergence of digital giants, and low entry barriers. This proves that retails in Indonesia have become weaker because consumers would choose the easier payment, which is by online stores.

This study aims to determine the effect of sales people's competence, sales people's trustworthiness, and environment towards loyalty intention from satisfaction as a mediation on speciality store at Pedro Tunjungan Plaza Surabaya. This study uses quantitative data and primary data, both will be obtained from questionnaires that distributed directly on the spot. The object of this study is 150 respondents who have met the requirements as: had made purchases at Pedro Tunjungan Plaza Surabaya at least twice in the last year and at least 17 years old. The data analysis technique used is SEM analysis with the LISREL program.

The results of the study prove that sales people's competence has a positive and significant effect on satisfaction, sales people's trustworthiness has a positive and significant effect on satisfaction, environment has a positive and significant effect on satisfaction, and satisfaction has a positive and significant effect on loyalty intention.

Keywords: Sales people's Competence, Sales people's Trustworthiness, Environment, Satisfaction, Loyalty Intention