

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP  
EMOSI POSITIF KONSUMEN *ZARA STORE PAKUWON MALL*  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**Sausan Defari  
NPM: 15420050**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2019**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sausan Defari  
NPM : 15420050  
Alamat : Grand Verona Regency Blok DII No 32  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi "**Pengaruh *Store Atmosphere* dan Faktor Sosial Terhadap Emosi Positif Konsumen *Zara Store Pakuwon Mall Surabaya***".

Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

24 Juli 2019  
Surabaya, .....

Yang membuat pernyataan,



(Sausan Defari)  
NPM: 15420050

**SKRIPSI**  
**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP**  
**EMOSI POSITIF KONSUMEN *ZARA STORE PAKUWON MALL SURABAYA***

**Diajukan Oleh:**

**SAUSAN DEFARI**  
**NPM: 15420050**

**Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh**

**DOSEN PEMBIMBING**



**MATHEOUS TAMONSANG, SE, M.Si**

**Tanggal:.....** 24 Juli 2019

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. SITI DJAMILAH, SE, Msi**

**Tanggal:.....** 24 Juli 2019

**SKRIPSI**

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP  
EMOSI POSITIF KONSUMEN *ZARA STORE PAKUWON MALL SURABAYA***

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**SAUSAN DEFARI**

NPM: 15420050

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



**MATHEOUS TAMONSANG, SE, M.Si**

Anggota Dewan Penguji Lain



**Prof. Dr. Drs. Ruswiati, SE. MS**



**Kristiningsih, SE, MSi**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen  
Tanggal, 24 Juli 2019



**Dr. SITI DJAMILAH, SE, Msi**

Ketua Program Studi

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur berkat rahmat Allah SWT atas ridho-nya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Melalui proses pembelajaran yang cukup panjang namun selalu diberikan kelancaran dan kemudahan. Sehingga segala kendala dan hambatan mampu terselesaikan dengan baik.

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir sebagai mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Dalam kesempatan ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dorongan dari orang-orang terdekat penulis tidak mampu menyelesaikan dengan baik. Sehingga perkenankan dengan keendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr. SP, THT-KL., (K) selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan., MM., Mak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Matheous Tamonsang, SE, M.Si selaku dosen pembimbing penulis.
5. Ibu Drs. Ec. Dwi Bhakti.I, Msi selaku dosen wali penulis.
6. Seluruh staff dan pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

7. Kepada adik laki-laki penulis Saunaldy Vian Okfari dan orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga tugas akhir cepat terselesaikan.
8. Kepada Filemon Simatupang selaku mentor penulis dan selalu sabar dalam membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Agus Yunardi yang selalu memotivasi dan memberikan semangat kepada penulis selama penelitian berlangsung.
10. Kepada teman-teman Manajemen A angkatan 2015 terutama: Serra Wigtika, Hafid Novaldi, Dewita Sari, Sariati Mudarifah, Halimatus Sakdiyah, Maria Kristina, Bagas Tri Utomo, Boma Rizaldy, Nugraha Adetama, Zacky Ariwibowo, dan teman-teman lainnya. *Love you guys.* Peluk cium.
11. Kepada teman-teman Manajemen F angkatan 2015 yang telah memberikan penulis kesempatan untuk belajar bersama selama 1,5 tahun terakhir.
12. Kepada teman-teman BCA KCU Galaxy khususnya para *Customer Service Officers*, terutama: Florencia Clarin Anggara Putri, Annisa Kusuma Asri, dan Renny Oktavianty terima kasih sudah berbagi momen gila saat lembur menyerang dan saat kita kumpul bersama sungguh luar biasa keanehan kalian.
13. Sepupu yang tumbuh dewasa bersama penulis Carine Nabilah dan Catherine Sabilah yang selalu percaya kemampuan penulis dan selalu menghibur disaat galau menyerang.

14. Terakhir sahabat tersetia Syata Azmil Hariyadi yang sudah jadi tempat keluh-kesah, keringat dan air mata *love you so much*.

Dalam penulisan dan penyelesaian tugas akhir ini penulis menyadari banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, namun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin dalam proses penelitian. Oleh karena itu penulis sangat berterima kasih atas kritik dan saran semi perbaikan tugas akhir ini.

Surabaya, 10 Juli 2019

Penulis,

Sausan Defari

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR .....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
ABSTRAK .....	
ABSTRACT.....	
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat penelitian .....	4
1.5 Sistematika Penelitian.....	4
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pemasaran .....	6
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	7
2.1.3 Psikologi.....	8
2.1.4 Emosi Positif .....	9
2.1.5 Store Atmosphere.....	12



2.1.6	Faktor Sosial .....	13
2.2	Hubungan variabel Store Atmosphere terhadap Emosi Positif Konsumen .....	13
2.3	Hubungan variabel Faktor Sosial terhadap Emosi Positif Konsumen	14
2.4	Penelitian Terdahulu .....	14
2.5	Hipotesis .....	14
2.6	Model Analisa.....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>18</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	18
3.2	Populasi dan Sampel.....	18
3.2.1	Tahap-tahap Penarikan Sampling .....	18
3.3	Identifikasi Variabel.....	18
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	19
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	21
3.5.1	Jenis Data .....	21
3.5.2.	Sumber Data.....	21
3.6	Prosedur Pengumpulan Data.....	21
3.7	Teknik Analisi.....	23
3.7.1	Uji Validitas .....	23
3.7.2	Uji Reabilitas.....	24
3.7.3	Metode Analisis Linear Berganda.....	25
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	26
3.7.4.1	Uji Multikolinieritas.....	26

3.7.4.2	Uji Heteroskedasitas .....	26
3.7.4.3	Uji Normalitas.....	27
3.7.4.4	Uji Autokorelasi.....	28
3.7.4.5	Uji Linearitas .....	28
3.7.5	Uji Hipotesis .....	29
3.7.5.1	Uji t .....	29
3.7.5.2	Uji F .....	30
3.7.6	Koefisien Korelasi (R) .....	32
3.7.7	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	32
3.7.8	Korelasi Parsial .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>34</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	34
4.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.2.1	Visi Perusahaan.....	36
4.2.2	Misi Perusahaan .....	36
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian.....	36
4.4	Frekuensi Hasil Tanggapan Responden.....	38
4.4.1	Deskripsi Store Atmosphere .....	39
4.4.1.1	Exterior .....	39
4.4.1.3	General Interior .....	41
4.4.1.4	Deskripsi Store Layout .....	43
4.4.1.5	Interior Display .....	44

4.4.2	Deskripsi Faktor Sosial .....	46
4.4.3	Deskripsi Emosi Positif Konsumen .....	47
4.5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda .....	49
4.7.	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.7.1	Hasil Uji Multikolinieritas .....	52
4.7.2	Hasil Uji Heterokedastitas.....	53
4.7.3	Hasil Uji Normalitas .....	54
4.7.4	Hasil Uji Autokorelasi.....	55
4.7.5	Hasil Uji Linearitas .....	56
4.8	Hasil Pengujian Hipotesis .....	57
4.8.1	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial .....	57
4.8.2	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan .....	60
4.9	Pembahasan.....	62
4.9.1	Store Atmosphere Zara Store .....	62
4.9.2	Faktor Sosial Zara Store Pakuwon Mall Surabaya .....	63
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>64</b>
5.1	Simpulan .....	64
5.2	Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 – Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 4.1 – Tabel Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.2 – Karakteristik Usia .....	37
Tabel 4.3 – Karakteristik Jenis Pekerjaan .....	38
Tabel 4.4 – Interval Kelas .....	39
Tabel 4.5 Persepsi Exterior .....	39
Tabel 4.6 General Interior .....	41
Tabel 4.7 Presepsi Store Layout.....	43
Tabel 4.8 Presepsi Interior Display .....	44
Tabel 4.9 Presepsi Faktor Sosial .....	46
Tabel 4.10 Presepsi Emosi Positif Konsumen .....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.12 Analisa Reabilitas .....	49
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.14 Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas .....	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi .....	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Linieritas.....	56
Tabel 4.18 Coefficient.....	57
Tabel 4.19 Hasil Analisis Uji F.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Gambar Kurva Distribusi t .....	30
Gambar 3.2 – Gambar Kurva Distribusi F .....	31
Gambar 4.1 Scatterplot.....	53
Gambar 4.2 P-Plot.....	54
Gambar 4.3 Uji Parsial Store Atmosphere .....	58
Gambar 4.4 Uji Parsial Faktor Sosial .....	60
Gambar 4.5 Kurva Distribusi F.....	61

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Lampiran 3: Uji Validitas

Lampiran 4: Uji Reliabilitas

Lampiran 5: Analisa Regresi

Lampiran 6: Analisis Linearitas

Lampiran 7: Analisis Korelasi

## ABSTRAK

Penelitian ini menguji adanya pengaruh *Store Atmosphere* dan Faktor Sosial terhadap emosi positif konsumen. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif dengan teknik analisis linear berganda. Total responden diambil secara acak sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil perhitungan data, menunjukkan bahwa: semua variabel *independent* (X) memiliki pengaruh secara parsial dan simultan terhadap variabel *dependent* (Y). Dengan hasil uji t dari variable *store atmosphere* (X1) menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* memiliki pengaruh secara parsial terhadap Emosi Positif Konsumen (Y) dan variabel Faktor Sosial (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Emosi Positif Konsmen (Y).

Selain itu, peneliti juga menguji pengaruh secara simultan dari kedua variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) dan mendapat hasil sebesar  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel-variabel X terbukti berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, sosial toko, emosi positif konsumen

### **ABSTRACT**

*This research aimed to examine the role of store atmosphere and social factors influenced toward positive emotion of customers. This research used quantitative technique and multiple linear regression. Total of 100 random respondents were participated to this research.*

*All independent variables (X) had positive affected to dependent variable (Y). Store atmosphere (X1) had partially affected proved by t value was larger than t table. The social factors variable (X2) also positively had partially affected proved by t value was larger than t table. The research was also proved that all independent variables were simultaneously affected to dependent variable due to F value were larger than F table.*

*Keywords: store atmosphere, social store, positive emotion of customers.*