

**KOLABORASI RISET
DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGARUH LINGKUNGAN TOKO, NILAI YANG DIRASAKAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK FASHION ZARA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

ACHMAD RIZA FATONI

2015210276

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

**PENGARUH LINGKUNGAN TOKO, NILAI YANG DIRASAKAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK FASHION ZARA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

ACHMAD RIZA FATONI

2015210276

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2019

**PENGARUH LINGKUNGAN TOKO, NILAI YANG DIRASAKAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK FASHION ZARA
DI SURABAYA**

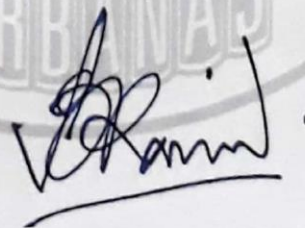
Diajukan Oleh:

ACHMAD RIZA FATONI

2015210276

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan **siap diujikan**

Dosen Pembimbing,
Tanggal : September 2019



Dr. Basuki Rachmat, SE., MM.
PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

PENGARUH LINGKUNGAN TOKO, NILAI YANG DIRASAKAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK FASHION ZARA
DI SURABAYA

Disusun oleh :

ACHMAD RIZA FATONI

NIM : 2015210276

Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 11 September 2019

Tim Penguji

Ketua : Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM.

Sekretaris : Dr. Basuki Rachmat, SE., MM.

Anggota : Emma Julianti, S.E., MM.

PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Achmad Riza Fatoni
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 30 Maret 1995
N.I.M : 2015210276
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : S1
Konsentrasi : Pemasaran
J u d u l : Pengaruh Lingkungan toko, Nilai yang Dirasakan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

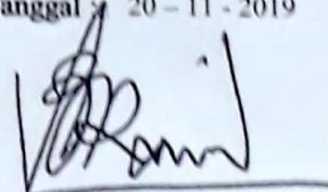
Dosen Pembimbing,

Tanggal : 20 - 11 - 2019

Tanggal : 20 - 11 - 2019



Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D.



Dr. Basuki Rachmat, SE., MM.

MOTTO

خير الناس أنفعهم للناس

**“SEBAIK-BAIK MANUSIA ADALAH YANG MEMBERIKAN MAFAAT
KEPADA MANUSIA YANG LAINNYA”**



PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesabaran untukku dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas nikmat yang Engkau berikan hingga aku sampai di titik ini. Sholawat serta salam selalu turunkan untuk Nabi Muhammad SAW. Makhluk Allah yang paling sempurna, banyak hal yang dapat diteladani dari Beliau.

Terimakasih kepada kedua orang tuaku Ayah “Ansori” dan Mama “Maysaroh”, yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi setiap saat. Terimakasih telah mendidik dan membimbingku hingga aku menjadi seperti ini. Terima kasih atas kasih sayang kalian yang mengalir tanpa henti. Tetap sehat agar bisa menemaniku hingga sukses kelak.

Terima kasih kepada semua guru-guru saya wa bil khusus As-syekhi wa Murobbi Arruhina Al-hajh Masbuhin Faqih, Kyai Haji Mas Muhammad Abi Khoir Basyaiban, KH Zainal Arifin, Ust Prof Ulir Rosyad, LC, Ust Muttaqin, Ustadz Mahfudz, Ust Sholahuddin dan seluruh ustadz-ustadz yang berkhidmah di pondok pesantren Mambaus Sholihin. karena jasa beliau-beliau di atas saya bisa menjadi pribadi yang berkarakter tangguh, kuat dan pantang menyerah serta memberikan saya pemahaman tentang ilmu agama dan bagaimana bermasyarakat

Serta tak lupa pula terima kasih yang sebesar-besarnya kepada istri saya “Delafrida Winerin Pradisa” yang setia dan siap sedia di samping saya, selalu menemani saya dalam keadaan apapun di dalam susah maupun senang

Terima kasih untuk adik-adikku Ila, Anas, Ilzam, Arsa, Jihan yang selalu mensupportku sekaligus teman berantem dalam segala hal

Dr. Basuki Rachmat, SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih telah membimbingku dengan sabar hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih banyak paak

Mochamad Nurhadi S.Kom., M.M. selaku dosen wali. Terimakasih sudah mau membimbingku selama 4,5 tahun ini dengan penuh kasih sayang. Terimakasih selalu menyempatkan waktu bertemu meskipun hanya satu semester sekali ya pak untuk mengambil KHS hehe...

Terimakasih untuk Essam, Dany, Dhafin, Ucup sudah sama-sama bareng dari semester 1 sampai semester akhir. Terimakasih sudah saling memotivasi satu sama lain. Terimakasih jadi sudah menjadi sahabat main, curhat, makan, bahkan debat hal penting maupun enggak.

Terima kasih untuk upkm entrepreneur club. Terimakasih buat kalian semua yang sudah berbagi ilmu organisasi, berbagi tenaga buat cari sponsor maupun narasumber bareng, berbagi pikiran, berbagi pengalaman, berbagi canda tawa dan keceriaan serta menghabiskan waktu bersama.

Terima kasih untuk erik, babun, annisa meilana sudah membantuku dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai dan selalu mensupport satu sama lain.

-Achmad Riza Fatoni-

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih sayangNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“Pengaruh Lingkungan toko, Nilai yang Dirasakan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Zara Di Surabaya”** tepat pada waktunya. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu jurusan manajemen.

Pada kesempatan ini peneliti dengan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Basuki Rachmat, SE., MM. selaku dosen pembimbing
2. Seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya beserta seluruh civitas yang telah memberi banyak pembelajaran yang sangat bermanfaat.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan peneliti berharap bahwa metodologi penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, September 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN COVER.....	ii
HALAMAN SIAP DIUJI.....	iii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Proposal.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Rancangan Penelitian.....	36
3.2 Batasan Penelitian.....	36
3.3 Identifikasi Variabel.....	37
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.6 Instrumen Penelitian.....	43
3.7 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	45
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	45
3.9 Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	53
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	53
4.2 Analisis Data.....	59
4.3 Pembahasan.....	77
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Keterbatasan.....	86
5.3 Saran.....	86
DAFTAR RUJUKAN.....	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian saat ini	18
Tabel 3.1	: Skala Likert	40
Tabel 3.2	: Kisi-kisi Instrumen Penelitian	44
Tabel 3.3	: <i>Goodness-Of-Fit Indices</i>	51
Tabel 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan usia	54
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	56
Tabel 4.5	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan	58
Tabel 4.6	: Interval Kelas Variabel	59
Tabel 4.7	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lingkungan Toko	60
Tabel 4.8	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan	61
Tabel 4.9	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Nilai yang Dirasakan	62
Tabel 4.10	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.11	: Hasil Perhitungan Uji Normalitas Data	66
Tabel 4.12	: Hasil Perhitungan Uji <i>Outlier</i>	67
Tabel 4.13	: Uji Validitas Indikator	70
Tabel 4.14	: Perhitungan <i>Construct Reliability</i>	71
Tabel 4.15	: <i>Goodness Of Fit</i> Model CFA - Awal	72
Tabel 4.16	: Daftar Modifikasi Model Struktural	73
Tabel 4.17	: Goodness Of Fit Model Struktural	74
Tabel 4.18	: Pengaruh Antar Konstruk Pada Model Persamaan Struktural	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Peringkat Merek Apparel Dunia	2
Gambar 1.2	: Best Retail Brands Europe 2014	3
Gambar 2.1	: Kerangka Pemikiran Jalal Rajeh Hanaysaha (2018)	10
Gambar 2.2	: Kerangka Pemikiran Ryu, Hye, Gon Kim (2012)	12
Gambar 2.3	: Kerangka Pemikiran Adelia S, Ben-Roy, dan Ainur R (2016)	14
Gambar 2.4	: Kerangka Pemikiran Kungumapriya dan K. Malarmathi (2018)	16
Gambar 2.5	: Kerangka Pemikiran Shantanu, Ishwar, dan Totala (2017)	17
Gambar 2.6	: Kerangka Pemikiran Riza	34
Gambar 4.1	: Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4.2	: Grafik Responden Berdasarkan Usia	55
Gambar 4.3	: Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Gambar 4.4	: Grafik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	57
Gambar 4.5	: Grafik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan	58
Gambar 4.6	: Model Awal Pengaruh LT, ND dan K Terhadap KP	65
Gambar 4.7	: Model CFA – Awal	69
Gambar 4.8	: Model Akhir Pengaruh LT, ND dan K Terhadap KP	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Responden

Lampiran 3 : Data Tabulasi

Lampiran 4 : Data Statistik Tanggapan Responden

Lampiran 5 : Model SPSS AMOS 2.2

Lampiran 6 : Hasil Analisis SPSS AMOS 2.2



***EFFECT OF SHOP ENVIRONMENT, PERCEIVED VALUE, AND TRUST ON
PURCHASE DECISIONS ZARA FASHION PRODUCTS
IN SURABAYA***

Achmad Riza Fatoni
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2015210276@students.perbanas.ac.id
Surabaya

ABSTRACT

One of the causes that can influence the perception of consumers or potential consumers of purchasing decisions is the store environment. This study examines the influence of the store environment, perceived value, and trust in purchasing decisions for ZARA fashion products in Surabaya. The population in this study were all users of ZARA fashion products domiciled in Surabaya. Data obtained from 200 respondents, and tested with the SPSS AMOS 22 test. The results of the analysis test show that the store environment has a positive and significant influence on purchasing decisions, the store environment has a positive and significant effect on perceived value, the perceived value has a positive and significant purchase decision, the value perceived positive and significant effect on trust, trust has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Key word : Store Environment, Perceived Value, Trust, Purchasing Decision

**PENGARUH LINGKUNGAN TOKO, NILAI YANG DIRASAKAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK FASHION ZARA
DI SURABAYA**

Achmad Riza Fatoni
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2015210276@students.perbanas.ac.id
Surabaya

ABSTRAK

Salah satu penyebab yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen atau calon konsumen terhadap keputusan pembelian adalah lingkungan toko. Studi ini meneliti pengaruh lingkungan toko, nilai yang dirasakan, dan kepercayaan dalam keputusan pembelian untuk produk-produk fashion ZARA di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna produk fashion ZARA yang berdomisili di Surabaya. Data diperoleh dari 200 responden, dan diuji dengan SPSS AMOS 22 test. Hasil uji analisis menunjukkan bahwa lingkungan toko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, lingkungan toko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai yang dirasakan, nilai yang dirasakan memiliki keputusan pembelian yang positif dan signifikan, nilai yang dirasakan positif dan pengaruh signifikan terhadap kepercayaan, kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Lingkungan Toko, Nilai Persepsi, Kepercayaan, Keputusan Pembelian