



**MODEL *PURCHASE INTENTION: PERCEIVED VALUE,*
SERVICE QUALITY & STORE ENVIRONMENT
(STUDI KASUS PADA SOCIOLLA DI ERA PANDEMI)**

TESIS

Sarah Praditya Febriani

55119120091

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2023



**MODEL *PURCHASE INTENTION: PERCEIVED VALUE,*
SERVICE QUALITY & STORE ENVIRONMENT
(STUDI KASUS PADA SOCIOLLA DI ERA PANDEMI)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

Sarah Praditya Febriani

55119120091

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Model *Purchase Intention: Perceived Value, Service Quality & Store Environment* (Studi Kasus Pada Sociolla Di Era Pandemi)

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Sarah Praditya Febriani

NIM : 55119120091

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 16 Februari 2023

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Baruna Hadibrata, MM)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Model *Purchase Intention: Perceived Value, Service Quality & Store Environment* (Studi Kasus Pada Sociolla Di Era Pandemi)
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Sarah Praditya Febriani
NIM : 55119120091
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 16 Februari 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 16 Februari 2023



(Sarah Praditya Febriani)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Sarah Praditya Febriani
NIM : 55119120091
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“Purchase Intention Model: Perceived Value, Service Quality And Store Environment (Case Study At Sociolla In Pandemic)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal tgl/bln/thn, didapatkan nilai persentase sebesar 29 %.

Jakarta, 6 Maret 2023
Administrator Turnitin



Arle Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: “*Model purchase intention: perceived value, service quality & store Environment (studi kasus pada sociolla di era pandemi)*”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan Dr. Baruna Hadibrata, MM, sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, yang sangat bermanfaat. Selain itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, Ph.D selaku penguji Sidang Akhir dan Seminar Hasil Tesis yang telah memberikan saran, semangat, pengetahuan, yang sangat bermanfaat untuk perbaikan Tesis ini.
5. Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M., Ph.D selaku penguji Seminar Proposal yang telah memberikan saran, pengetahuan, yang sangat bermanfaat untuk perbaikan Tesis ini.
6. Bapak, Alm. Ibu, keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan moral maupun materi serta dorongan semangat yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.
7. Teman-teman Megister Manajemen UMB Angkatan 36 yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan Tesis ini.
8. Dan teruntuk teman dan sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungan moril sehingga saya dapat menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 16 Februari 2023

Sarah Praditya Febriani

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	21
1.3. Tujuan Penelitian	22
1.4. Kontribusi Penelitian.....	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	24
2.1. Kajian Pustaka	24
2.1.1. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	24
2.1.2. <i>Consumer Behavior</i>	25
2.1.3. <i>Economic of Natural Disaster Behavior</i>	27
2.1.4. <i>Purchase Intention</i>	29
2.1.5. <i>Perceived Value</i>	31
2.1.6. <i>Store Environment</i>	32
2.1.7. <i>Service Quality</i>	35
2.2. Penelitian Terdahulu	39
2.3. Pengembangan Hipotesis	54
2.3.1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	54
2.3.2. Pengaruh <i>Store Environment</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	55
2.3.3. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	55

2.3.4.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	56
2.3.5.	Pengaruh <i>Store Environment</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	57
2.3.6.	Efek Mediasi <i>Perceived Value</i>	58
BAB III DESAIN DAN METODE PENELITIAN		61
3.1.	Desain Penelitian	61
3.2.	Desain Penelitian Definisi Operasionalisasi Variabel Dan Pengukuran Variabel.....	62
3.2.1.	Definisi Operasional.....	62
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel.....	64
3.3.	Populasi dan Sampel	66
3.4.	Tehnik Pengumpulan Data.....	69
3.5.	Metode Analisis Data.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		78
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	78
4.1.1.	Sejarah Organisasi / Perusahaan	78
4.1.2.	Lingkup dan Bidang Usaha	80
4.1.3.	Sumber Daya	82
4.1.4.	Tantangan Bisnis	83
4.1.5.	Proses/ Kegiatan Fungsi Bisnis	83
4.2.	Statistik Deskriptif	86
4.2.1.	Deskripsi Responden.....	86
4.2.2.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	89
4.3.	Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i>	93
4.3.1.	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	93
4.3.2.	Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	103
4.3.3.	Hasil Uji Hipotesis	107
4.4.	Pembahasan.....	112
4.4.1.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	113
4.4.2.	Pengaruh <i>Store Environment</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	114
4.4.3.	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	114
4.4.4.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	115

4.4.5. Pengaruh <i>Store Environment</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	116
4.4.6. Pengaruh <i>Perceived Value</i> Dalam Memediasi Hubungan Antara <i>Service Quality</i> Dengan <i>Purchase Intention</i>	116
4.4.7. Pengaruh <i>Perceived Value</i> Dalam Memediasi Hubungan Antara <i>Store Environment</i> Dengan <i>Purchase Intention</i>	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1. Kesimpulan	119
5.2. Saran	120
5.2.1. Saran Teoritis	120
5.2.2. Saran Praktis	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	137

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Opening Store Sociolla di Masa Pandemi	12
Tabel 1.2	Hasil Pra-Survey Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Purchase Intention</i> di Sociolla	17
Tabel 1.3	<i>Research Gap</i> Penelitian.....	20
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	64
Tabel 3.2	Karakteristik Demografis Responden	68
Tabel 3.3	Jawaban dan Hasil Skor dengan Skala Ordinal	70
Tabel 4.1	Daftar Offline Store Sociolla	79
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	86
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	87
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	88
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	88
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk <i>Beauty Care</i>	89
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel <i>Purchase Intention</i>	90
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel <i>Perceived Value</i>	90
Tabel 4.10	Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>	91
Tabel 4.11	Deskripsi Variabel <i>Store Environment</i>	92
Tabel 4.12	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	95
Tabel 4.13	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Modifikasi.....	97
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	99
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i>	100
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Ulang <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	101
Tabel 4.17	Hasil pengujian <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i>	101
Tabel 4.18	Hasil pengujian AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	102
Tabel 4.19	Hasil Pengujian <i>Validity</i> dan <i>Reliability Construct</i>	103

Tabel 4.20 Hasil Uji R-Square	104
Tabel 4.21 Hasil Uji F-Square	105
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Redudansi Validasi Silang Konstruk	106
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Hipotesis	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Pasar Kecantikan dan Perawatan Diri di Indonesia Tahun 2015 – 2023	3
Gambar 1.2	<i>Beauty and Personal Care Market Value Worldwide</i>	4
Gambar 1.3	<i>Beauty and Personal Care Market Shares Worldwide</i>	5
Gambar 1.4	Grafik Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia	8
Gambar 1.5	Tampilan <i>Website Sociolla</i>	9
Gambar 1.6	Peta <i>E-Commerce</i> Indonesia pada Kuartal I Tahun 2021	10
Gambar 2.1	Rerangka Pemikiran	59
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS	96
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	137
Lampiran 2	Rekapitulasi Jawaban Responden.....	143
Lampiran 3	Output <i>SmartPLS</i>	148
Lampiran 4	CV Peneliti	151