

ANALISIS PENGARUH *MERCHANDISE, PROMOTION,*
STORE SERVICE, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DALAM BELANJA
DI INDOMARET SURABAYA



OLEH :
JESSICA AMELIA LUKITO
3103011045

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

ANALISIS PENGARUH *MERCHANDISE, PROMOTION,*
STORE SERVICE, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DALAM BELANJA
DI INDOMARET SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH :

JESSICA AMELIA LUKITO

3103011045

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

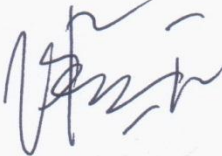
ANALISIS PENGARUH *MERCHANDISE, PROMOTION, STORE SERVICE*, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM BELANJA DI INDOMARET SURABAYA

Oleh :

Jessica Amelia Lukito
3103011045

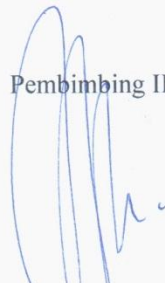
Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si
Tanggal : 19 Des 2014

Pembimbing II,



Arini, SE., MM
Tanggal : 15-12-2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Jessica Amelia Lukito NRP 3103011045

Telah diuji pada tanggal 21 Jan 2015 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji :



Veronika Rahmawati, SE., M.Si

Mengetahui:

Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak.

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK. 311.99.0369

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jessica Amelia Lukito

NRP : 3103011045

Judul Tugas Akhir : ANALISIS PENGARUH *MERCHANDISE, PROMOTION, STORE SERVICE, DAN STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM BELANJA DI INDOMARET SURABAYA

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

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Dengan pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 21 Januari 2015

Yang Menyatakan,

 JESSICA AMELIA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada TUHAN YESUS KRISTUS, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa ada dukungan moril dan materiil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih dan penghormatan yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si 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 Arini, SE., MM 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 dan mama yang selalu mengingatkan untuk terus semangat, memberikan doa, dukungan, dan nasehat dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Rekan-rekan kost Blambangan 2 yang selalu setia menemani, memberikan semangat dan memberikan saran-saran yang berarti bagi penulis.
8. Sahabat terdekat penulis (Paw, Stevi, Vany) yang selalu memberikan doa dan semangat untuk kelancaran skripsi ini.
9. Rekan-rekan penulis di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mendukung penulis dengan apa adanya.

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.

Surabaya, 19 Desember 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Ritel	10
2.2.2 <i>Retail Mix</i>	12
2.2.3 <i>Merchandise</i>	12
2.2.4 <i>Promotion</i>	16
2.2.5 <i>Store Service</i>	18
2.2.6 <i>Store Atmosphere</i>	20
2.2.7 Loyalitas Konsumen	21
2.3 Pengaruh Antar Variabel	23
2.3.1 Pengaruh <i>Merchandise</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	23
2.3.2 Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	23

2.3.3 Pengaruh <i>Store Service</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	24
2.3.4 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	25
2.4 Kerangka Teoritis	26
2.5 Hipotesis.....	26
BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Identifikasi Variabel	27
3.3 Definisi Operasional Variabel	28
3.4 Jenis dan Sumber Data	30
3.5 Pengukuran Variabel	31
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.7.1 Populasi	31
3.7.2 Sampel	31
3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel	32
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	32
a. Uji Validitas.....	33
b. Uji Reliabilitas.....	33
3.9 Teknik Analisis Data	33
3.9.1 Analisis Regresi Berganda	34
3.9.2 Analisis Korelasi Linier Berganda.....	34
3.10 Pengujian Hipotesis.....	35
1. Uji F.....	35
2. Uji t.....	36
3.11 Uji Asumsi Klasik	37
1. Multikolinearitas	37
2. Heteroskedastisitas	38
3. Autokorelasi	38

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Data	40
4.1.1 Karakteristik Responden	40
A. Jenis Kelamin	40
B. Usia Responden.....	41
C. Pendidikan Responden	41
D. Frekuensi Belanja Barang Kebutuhan Sehari-Hari Dalam 1 Bulan	42
E. Pernah Berbelanja Di Indomaret Surabaya.....	43
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	43
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	47
4.2.1 Uji Validitas	48
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.3 Analisis Data	50
4.3.1 Regresi Linier Berganda.....	50
4.4 Pengujian Hipotesis	52
4.4.1 Uji F (Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama)	52
4.4.2 Uji t (Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Secara Parsial).....	54
4.5 Uji Asumsi Klasik	55
1. Multikolinearitas	55
2. Heteroskedastisitas	55
3. Autokorelasi	56
4.6 Pembahasan.....	56
a. Pengaruh <i>merchandise</i> terhadap loyalitas konsumen.....	57
b. Pengaruh <i>promotion</i> terhadap loyalitas konsumen	57
c. Pengaruh <i>store service</i> terhadap loyalitas konsumen.....	58

d. Pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap loyalitas konsumen.....	58
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran.....	59
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	9
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan ...	42
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Frekuensi Belanja Barang Kebutuhan Sehari-Hari Dalam 1 Bulan	43
Tabel 4.5. Karakteristik responden Penelitian Berdasarkan Pernah Berbelanja Di Indomaret Surabaya.....	43
Tabel 4.6. Derajat Penilaian Setiap Variabel	44
Tabel 4.7. Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Merchandise</i>	44
Tabel 4.8. Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Promotion</i>	45
Tabel 4.9. Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Store Service</i>	46
Tabel 4.10. Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	46
Tabel 4.11. Hasil Analisis Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen	47
Tabel 4.12. Uji Validitas.....	48
Tabel 4.13. Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.14. Hasil Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.15. Hasil Pengujian Secara Simultan Dengan Uji F	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.4. Model Kerangka Teoritis	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Tanggapan Responden

Lampiran 3. *Frequency Table*

Lampiran 4. Tabel Deskripsi

Lampiran 5. Uji Validitas

Lampiran 6. Uji Reliabilitas

Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh dari *merchandise*, *promotion*, *store service* dan *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen dalam belanja di Indomaret Surabaya.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret Surabaya. Teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling yang mana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama menjadi anggota sampel dan sampel berjumlah 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Merchandise* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen. *Promotion* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen. *Store service* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen. *Store atmosphere* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : *Merchandise*, *Promotion*, *Store Service*, *Store Atmosphere*, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of the merchandise, promotion, store service and store atmosphere on consumers loyalty Indomaret in Surabaya.

The population in this study was the visitors that ever shopping in Indomaret Surabaya. Sampling technique used was non-probability sampling where each member of the population does not have the same opportunities to be members of the sample and the sample amounted to 100 peoples. Data collection used with the questionnaire. Data analysis techniques used in the study were multiple linear regression analysis.

Test results show that merchandise has an influence on consumers loyalty. Promotion have an influence on consumers loyalty. Store service have an influence on consumers loyalty. Store atmosphere have an influence on consumers loyalty.

Keywords : *Merchandise, Promotion, Store Service, Store Atmosphere, Consumers Loyalty.*