

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH CITRA SOLO GRAND MALL PADA
LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Pada Solo Grand Mall)**



**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Transfer Pada Fakultas
Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Oleh :

Yovita Evionora Koeswara

F 1211093

**FALKUTAS EKONOMI JURUSAN S1 TRANSFER MANAJEMEN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2013

commit to user

ABSTRAK**ANALISIS PENGARUH CITRA SOLO GRAND MALL PADA
LOYALITAS KONSUMEN****(Studi Pada Solo Grand Mall)****YOVITA EVIONORA KOESWARA****F1211093**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara citra Solo Grand Mall (dimensi harga, dimensi pelayanan, dimensi kualitas produk, dimensi lingkungan fisik dan dimensi lokasi) pada loyalitas konsumen.

Hipotesis yang diajukan dari tujuan tersebut ada 5 hipotesis, yaitu dimensi harga berpengaruh negatif pada loyalitas konsumen, dimensi pelayanan berpengaruh positif pada loyalitas konsumen, dimensi kualitas produk berpengaruh positif pada loyalitas konsumen, dimensi lingkungan fisik berpengaruh positif pada loyalitas konsumen, dan dimensi lokasi berpengaruh positif pada loyalitas konsumen.

Target populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung ke Solo Grand Mall. Sampel berjumlah 120 responden yaitu masyarakat yang pernah berkunjung ke Solo Grand Mall, diambil dengan metode non probability sampling dan menggunakan teknik Purposive Sampling.

Variabel independennya adalah citra Solo Grand Mall (dimensi harga, dimensi pelayanan, dimensi kualitas produk, dimensi lingkungan fisik dan dimensi lokasi). Variabel dependennya adalah loyalitas konsumen. Pengukuran variabelnya menggunakan skala 5 Likert. Data dikumpulkan dengan metode survey. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji

asumsi klasik (uji multikolinieritas, otokorelasi, heteroskedastisitas, dan normalitas). Kemudian dianalisis regresi linier berganda (uji Adjusted R^2 , F, dan D).

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh hasil : citra Solo Grand Mall (dimensi harga, dimensi pelayanan, dimensi kualitas produk, dimensi lingkungan fisik dan dimensi lokasi) memiliki pengaruh pada loyalitas konsumen.

Berdasarkan analisis data di atas maka dapat diberikan beberapa saran, antara lain : 1). Bagi peneliti selanjutnya adalah sebaiknya menggunakan perbandingan dari beberapa macam ritel toko lainnya sehingga hasil penelitiannya memberikan generalisasi yang lebih baik serta menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen ritel seperti iklan atau promosi penjualan. 2). Bagi supermarketnya yaitu lebih menurunkan lagi harga jual produk mereka, memberikan pelatihan agar karyawan lebih baik melayaninya, meningkatkan pengawasan mutu produk dan ketersediaan stok barang lengkap dan baik, meningkatkan fasilitas sarana yang lebih nyaman, aman pada saat berbelanja , serta membuat sistem member dengan fasilitas tertentu seperti diskon khusus dan pemberian hadiah untuk frekuensi belanja tertentu agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE EFFECT OF IMAGE OF SOLO GRAND MALL ON THE
CUSTOMER LOYALTY
(Studies in Solo Grand Mall)

YOVITA EVIONORA KOESWARA

F1211093

This research aims to find out the effect of image of Solo Grand Mall (price, service, product quality, physical environment and location dimension) on the consumer loyalty.

There are five hypotheses proposed from that objective ; the price dimension affects negativelly the consumer loyalty, service dimension affects positifely theconsumer loyalty, product quality dimension affects positifely theconsumer loyalty, physical environment dimension affects positifely theconsumer loyalty, and location dimension affects positifely theconsumer loyalty.

The population target employed was all consumers visiting Solo Grand Mall. The sample consisted 120 respondentsnamely the visitors shopping to Solo Grand Mall, taken using non probability sampling menthod and using Purposive sampling technique.

The independent variable was image of Solo Grand Mall (price, service, product quality, physical environment anda location dimensions). The dependent variable was consumer loyalty. The measurement of variables used 5 point Likert Scale. The data collected was done using survey menthod. The analysis method used in this research was classical assumption test (multicolinearity, autocorrelation, heteroskedasticity, and normality tests). Then the data was analyzed using a multiple linier regression (Adjusted R²-, F-, and t-test).

Considering the result of data analysis, it can be seen : the image of Solo Grand Mall (price, service, product quality, physical environment and location dimension) affects the consumer loyalty.

Based on the data analysis above, some recommendations can be given including : 1). The subsequent research should use the comparison of variouscategory of orther retail shop so that the result of research gives better generalization as well as add other variables that can affect the retail consumer loyalty, such as advertisement or sales promotion, 2). The supermarket should maintain their product sale price, give training to the employee in order to serve consumer better, improve the product quality control and complete and good

stock availability, improve the more comfortable infrastructure facility, safety during shopping, as well as make the member system with certain facility such as special discount and present giving for certain shopping frequency in order to increase the consumer loyalty.

Keywords : price, service, product quality, physical environment, location and consumer loyalty.



HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

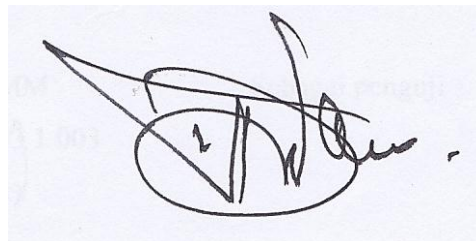
Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA SOLO GRAND MALL PADA
LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI PADA SOLO GRAND MALL)**



Surakarta, 17 Oktober 2013

Disetujui Oleh Dosen Pembimbing :



Drs. Djoko Purwanto, MBA,

NIP. 19501161985031004

commit to user

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA SOLO GRAND MALL PADA
LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI PADA SOLO GRAND MALL)**

Telah Disetujui Dan Diterima Baik Oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Sebelas Maret Guna Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-
Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Surakarta, 1 November 2013

Tim penguji skripsi

1. Drs. Bambang Sarosa, M.Si Sebagai penguji

NIP. 19550301 198503 1 002



(.....)

2. Drs. Heru Purnomo, MM Sebagai penguji

NIP. 19570122 198603 1 003



(.....)

3. Drs. Djoko Purwanto, MBA Sebagai pembimbing

NIP. 19501161 198503 1 004



(.....)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

✚ Motto :

- *Allah tidak membebani seseorang melainkan dengan kesanggupannya*

(*Al-Baqarah : 286*)

- *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*

(*Q.S. Alam Nasyrat : 6*)

- *Keberanian akan membantu kita melewati halangan. Jika bersikap*

ragu-ragu, orang tidak akan berhasil melewati halangan.

(*Laura Ingalls Wilder*)

✚ PERSEMBAHAN :

- *Cintaku kepada Allah SWT*
- *Dapa dan Mama yang memberikan doa restu, kasih sayang dan dukungannya.*
- *My Bunny Yudana Rozi Darusman*
- *Kakak-kakak ku yang slalu membantu dan menghiburku*
- *Teman-teman seperjuangan S1 Transfer Manajemen 2011*

- *Almamaterku*

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan ucapan Alhamdulillah pada Tuhan Yang Maha Esa penulis sampaikan sehingga proses penyusunan Skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Solo Grand Mall Pada Loyalitas Konsumen”.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis berusaha untuk memberikan yang terbaik agar skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan orang lain. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tentu saja menemui banyak kendala dan hambatan, tetapi kendala dan hambatan tersebut tidak menjadi sebuah penghalang bagi penulis untuk menyusun skripsi ini, tetapi menjadi dorongan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi sebaik mungkin. Dengan adanya bantuan pembimbing, penulis dapat menyelesaikan setiap kendala yang ada pada saat menyusun skripsi ini.

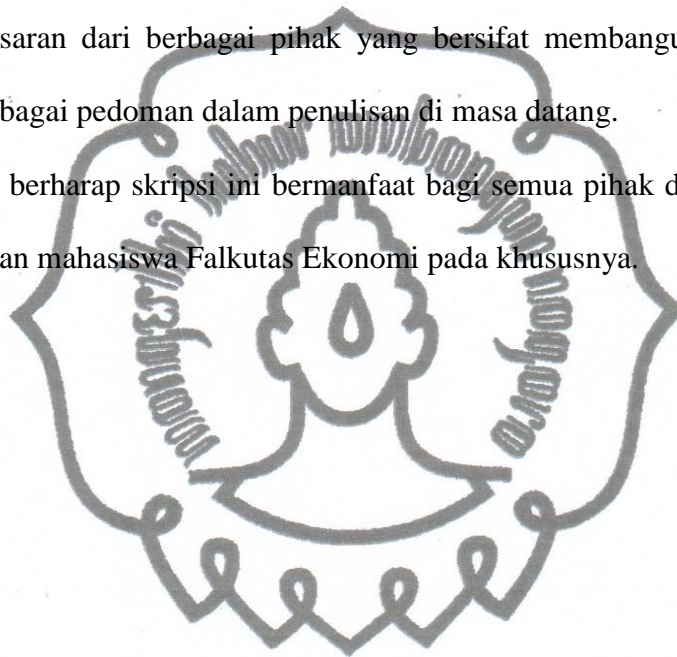
Penulisan skripsi ini saya lakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Dengan segala kerendahan hati, ucapan terima kasih saya berikan kepada :

1. Dr. Wisnu Untoro, MS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
2. Dr. Hunik Sri Runing S., M.Si selaku ketua jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
3. Drs. Djoko Purwanto, MBA, selaku pembimbing skripsi.

4. Drs. Harmadi, MM selaku dosen pembimbing akademik kuliah.
5. Segenap dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
6. Yudana Rozi Darusman, teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun sangat penulis harapkan sebagai pedoman dalam penulisan di masa datang.

Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.



Hormat Saya

Yovita
Evionora. K

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT ENGLISH.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8

2. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
3. Manajemen Eceran.....	10
4. Pengertian Citra.....	13
5. Pengertian Supermarket	20
6. Pengaruh Citra Pada Loyalitas Konsumen.....	21
7. Konsep Pemasaran	22
8. Keputusan Konsumen	23
B. Kerangka Pemikiran.....	25
C. Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
A. Desain Penelitian.....	30
B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	31
C. Data dan Sumber Data	33
D. Metode Pengumpulan Data.....	33
E. Pengukuran Variabel.....	34
F. Definisi Operasional Variabel.....	35
G. Uji Instrumen Penelitian	39
H. Metode Analisis Data.....	40
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Sejarah Berdirinya Solo Grand Mall.....	45
B. Konsep Solo Grand Mall.....	46
1. Pertumbuhan Solo Grand Mall	46
2. Prospek Solo Grand Mall	48

3. Lokasi Strategis	48
4. Visi Solo Grand Mall	50
5. Misi Solo Grand Mall	50
6. Slogan Solo Grand Mall	50
7. Motto Solo Grand Mall	50
8. Logo Solo Grand Mall	50
C. Analisis Deskriptif	52
1. Karakteristik Responden	52
2. Tanggapan Responden	53
D. Hasil Uji Instrumen Penelitian	59
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reliabilitas	61
E. Asumsi Klasik	62
1. Uji Normalitas	62
2. Uji Multikolinieritas	62
F. Uji Hipotesis	64
1. Uji Regresi Berganda	64
2. Uji-t	66
3. Uji F	68
4. Koefisien Determinas	68
G. Pembahasan	69
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan <i>commit to user</i>	72

B. Saran..... 73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel IV.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel IV.3	Deskripsi Tanggapan Responden Harga	54
Tabel IV.4	Deskripsi Tanggapan Responden Pelayanan.....	54
Tabel IV.5	Deskripsi Tanggapan Responden Kualitas Produk	55
Tabel IV.6	Deskripsi Tanggapan Responden Lingkungan Fisik.....	56
Tabel IV.7	Deskripsi Tanggapan Responden Lokasi	57
Tabel IV.8	Deskripsi Tanggapan Responden Loyalitas Konsumen.....	58
Tabel IV.9	KMO and Bartlett's Test(a).....	59
Tabel IV.10	Hasil Faktor Rotated Component Matrix (a).....	60
Tabel IV.11	Hasil Reliabilitas Variabel.....	61
Tabel IV.12	Uji Kolmogrov-Smirnov	62
Tabel IV.13	Rangkuman Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel IV.14	Hasil Uji Regresi Berganda	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 25

