

## **ABSTRACT**

*The consumers loyalty as the measurement of the binding towards a particular supermarket has been an important point in consumers behavior. The producers acknowledge the preference in keeping the present consumers than new the ones. Therefore in order to build a closer relationship between consumers and supermarket, an idea, Store Image, has been flourished. A companies organization that is based on the same commitment towards particular products, brand and consumption activity. Store Image supermarket is expected to be able to give contribution in building consumers behavior towards the supermarket in order to result loyal consumers.*

*The goal of this research is to examine the influence of Store Image towards the loyalty of the consumers of Lotte Mart Bandung. The subject in this research involved 150 people registered as Lotte Mart Consumers. The measuring tool that is used is the scale of Store Image towards the Consumers Loyalty. The collected data was processed with regression analysis. The analysis result of Store Image (X) influence towards Consumers Loyalty (Y) is 34,3%, meanwhile the influence of other variable that was out of research is 65,7%. This proves the positive influence of Store Image towards consumers loyalty.*

*Keyword: Retailing, Store Image, Consumers Loyalty*

## ABSTRAK

Loyalitas konsumen sebagai ukuran keterikatan konsumen terhadap supermarket tertentu, sudah menjadi gagasan penting dalam perilaku konsumen. Para produsen memahami bahwa lebih baik mempertahankan pelanggan lama daripada pelanggan baru. Oleh karena itu, dalam rangka membangun kedekatan konsumen dengan supermarket, maka berkembanglah konsep *Store Image* supermarket. Suatu organisasi perusahaan yang didasarkan pada kesamaan komitmen terhadap produk tertentu, merek dan aktivitas konsumsi. *Store Image* supermarket diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam membangun sikap konsumen terhadap supermarket sehingga menghasilkan konsumen yang loyal.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Store Image* terhadap loyalitas Konsumen Lotte Mart Bandung. Subjek dalam penelitian ini melibatkan 150 orang yang tergabung sebagai Konsumen Lotte Mart. Alat ukur yang digunakan berupa skala *Store Image* terhadap Loyalitas Konsumen. Data yang diperoleh diolah dengan analisa regresi. Hasil analisa pengaruh *Store Image* (X) terhadap Loyalitas Konsumen(Y) sebesar 34,3%, sedangkan pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah sebesar 65,7%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif *Store Image* terhadap loyalitas Konsumen.

Kata kunci : *Retailing, Store Image, Loyalitas Konsumen*

## DAFTAR ISI

|  |              |
|--|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b>                                       |              |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                             | <b>i</b>     |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....</b>                | <b>ii</b>    |
| <b>PERNYATAAN SURAT TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN .....</b> | <b>iii</b>   |
| <b>PERNYATAAN PUBLIKASI PENELITIAN .....</b>               | <b>iv</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                 | <b>v</b>     |
| <b><i>ABSTRACT</i> .....</b>                               | <b>viii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                       | <b>ix</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                     | <b>x</b>     |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                   | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                  | <b>xviii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                               | <b>xix</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                             | <b>1</b>     |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                        | 1            |
| 1.2 identifikasi Masalah .....                             | 8            |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                | 8            |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                               | 8            |

|  |          |
|--|----------|
| <b>BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....</b>                         | <b>9</b> |
| 2.1 Kajian Pustaka.....  | 9        |
| 2.1.1 Ruang Lingkup <i>Retailing</i> .....                       | 9        |
| 2.1.1.1 Pengertian <i>Retailing</i> .....                        | 9        |
| 2.1.1.2 Karakteristik <i>Retailing</i> .....                     | 11       |
| 2.1.1.3 Fungsi <i>Retailing</i> .....                            | 12       |
| 2.1.1.4 Jenis <i>Retailing</i> .....                             | 13       |
| 2.1.2 <i>Store Image</i> .....                                   | 21       |
| 2.1.2.1 Pengertian <i>Store Image</i> .....                      | 21       |
| 2.1.2.2 Arti Penting <i>Store Image</i> .....                    | 23       |
| 2.1.2.3 Dimensi Pembentukan <i>Store Image</i> .....             | 29       |
| 2.1.3 Loyalitas Konsumen.....                                    | 31       |
| 2.1.3.1 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....                    | 37       |
| 2.1.3.2 Tingkatan Pelanggan Menuju Loyalitas.....                | 38       |
| 2.1.4 Hubungan <i>Store Image</i> dengan Loyalitas Konsumen..... | 40       |
| 2.2 Kerangka Pemikiran.....                                      | 41       |
| 2.3 Hipotesis Penelitian.....                                    | 42       |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b> | <b>43</b> |
| 3.1 Objek Penelitian .....             | 43        |
| 3.1.1 Sejarah Perusahaan.....          | 43        |
| 3.1.2 Visi Perusahaan.....             | 45        |
| 3.1.3 Misi Perusahaan .....            | 45        |
| 3.2 Jenis Penelitian.....              | 46        |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....          | 47        |
| 3.3.1 Populasi .....                   | 47        |
| 3.3.2 Sampel.....                      | 47        |
| 3.3.3 Metode Pengambilan Sampel.....   | 48        |
| 3.3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....   | 48        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....      | 48        |
| 3.4.1 Skala Pengukuran.....            | 50        |
| 3.4.2 Uji Pendahuluan.....             | 51        |
| 3.4.2.1 Uji Normalitas.....            | 51        |
| 3.4.2.2 Uji Outlier .....              | 51        |
| 3.4.2.3 Uji Validitas .....            | 52        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.4.2.4 Uji Reliabilitas .....                                   | 52        |
| 3.5 Metode Analisis Data .....                                   | 53        |
| 3.5.1 Kriteria Pengujian Hipotesis .....                         | 53        |
| 3.5.2 Koefisien Determinasi.....                                 | 54        |
| 3.6 Operasonal Variabel Penelitian.....                          | 54        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>               | <b>56</b> |
| 4.1 Uji Instrumen Penelitian .....                               | 58        |
| 4.1.1 Uji Validitas .....  | 58        |
| 4.1.2 Uji Relibiltas Instrumen Penelitian .....                  | 61        |
| 4.1.2.1 Uji Reliabilitas Variabel Store Image (X).....           | 61        |
| 4.1.2.2 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....    | 62        |
| 4.2 Analisis Statistik Deskriptif Data Responden .....           | 63        |
| 4.2.1 Usia .....   | 63        |
| 4.2.2 Pekerjaan.....   | 64        |
| 4.2.3 Pengeluarann Perbulan.....                                 | 66        |
| 4.2.4 Apakah anda pernah mengunjungi Lotte Mart.....             | 67        |
| 4.2.5 Berapa Seringkah Anda Mengunjungi Lotte Mart Perbulan..... | 68        |
| 4.3 Analisis Data Penelitian .....                               | 69        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.3.1 Variabel Store Image.....                             | 70        |
| 4.3.2 Variabel Loyalitas Konsumen.....                      | 81        |
| 4.4 Analisis Regresi Sederhana.....                         | 89        |
| 4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....                                | 89        |
| 4.4.1.1 Uji Normalitas.....                                 | 89        |
| 4.4.1.2 Uji Outliers.....                                   | 90        |
| 4.4.2 Pengaruh Store Image Terhadap Loyalitas Konsumen..... | 91        |
| 4.4.2.1 Analisis Persamaan Regresi Linier Sederhana.....    | 91        |
| 4.4.2.2 Analisis Koefisien Determinasi.....                 | 91        |
| 4.4.2.3 Pengujian Hipotesis (uji-t).....                    | 93        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                        | <b>95</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....   | 95        |
| 5.2 Saran.....  | 95        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                  | <b>96</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                                 | <b>97</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Jenis Loyalitas.....  | 34 |
| Tabel 2. 2 Rerangka Pemikiran.....   | 41 |
| Tabel 3.4 Skor Pertanyaan .....  | 50 |
| Tabel 3.6 Operasional Variabel Penelitian.....   | 54 |
| Tabel 4.1 Hasil <i>Kaiser-meyer-alkin</i> (KMO)-MSA Store Image .....  | 58 |
| Tabel 4. 2 nilai-nilai MSA setiap Item Store Image .....   | 59 |
| Tabel 4. 3 Hasil <i>Kaiser-meyer-alkin</i> (KMO)-MSA Loyalitas Konsumen.....   | 60 |
| Tabel 4.4 nilai-nilai MSA setiap Item Loyalitas Konsumen.....  | 61 |
| Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Store Image.....  | 62 |
| Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen .....   | 62 |
| Tabel 4.7 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia .....  | 63 |
| Tabel 4.8 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan .....   | 64 |
| Tabel 4.9 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan pengeluaran Perbulan .....  | 66 |
| Tabel 4.10 Gambaran berdasarkan Pernyataan”apakah pernah mengunjungi LOTTE<br>MART Bandung.....                                  | 67 |
| Tabel 4.11 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pernyataan “Berapa<br>Seringkah Anda mengunjungi Lotte Mart Per bulan” ..... | 68 |
| Tabel 4.12 Prsepsi Responden Tentang Store Image .....   | 71 |
| Tabel 4.13 Sebaran Jawaban Responden Tentang pernyataan“pelayanan karyawan di<br>lotte mart ramah dan sopan” .....               | 72 |
| Tabel 4.14 sebaran jawaban responden tentang pernyataan “pelayanan karyawan di<br>lotte mart bersahabat saat melayani”.....      | 73 |



|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.15 sebaran jawaban responden tentang pernyataan “karyawan di lotte mart cepat mengani keluhan konsumen” .....                             | 74 |
| Tabel 4.16 sebaran jawaban responden pernyataan “kualotas produk sesuai yang diinginkan konsumen” .....   | 75 |
| Tabel 4.17 sebaran jawaban responden tentang pernyataan ”pilihan produk di lotte mart lengkap seperti yang diinginkan” .....                      | 76 |
| Tabel 4.18 sebaran jawaban responden tentang pernyataan ”pilihan produk di lotte mart banyak dan bervariasi” .....                                | 77 |
| Tabel 4.19 sebaran jawaban responden tentang pernyataan ”Lokasi lotte mart sangat strategis” .....  | 78 |
| Tabel 4. 20 sebaran jawaban responden tentang pernyataan ”Lokasi lotte mart mudah dijangkau” .....  | 79 |
| Tabel 4. 21 sebaran jawaban responden tentang pernyataan ”Area parkir lotte mart luas dan nyaman” .....   | 80 |
| Tabel 4. 22 sebaran jawaban responden tentang pernyataan ”Harga barang lotte mart terjangkau” .....   | 81 |
| Tabel 4. 23 Persepsi Resonden Tentang Loyalitas Konsumen .....  | 83 |
| Tabel 4. 24 sebaran jawaban responden tentang pernyataan ”saya tertarik melakukan pembelian rutin di lotte mart bandung” .....                    | 84 |
| Tabel 4. 25 sebaran jawaban responden tentang pernyataan ”saya tertarik dating kembali ke lotte mart bandung” .....                               | 85 |
| Tabel 4. 26 sebaran jawaban responden tentang pernyataan ”saya tertarik untuk membeli produk di lotte mart bandung” .....                         | 86 |
| Tabel 4. 27 sebaran jawaban responden tentang pernyataan ”saya merekomendasikan kerabat atau saudara ntuk berbelanja ke lotte mart bandung” ..... | 87 |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4. 28 sebaran jawaban responden tentang pernyataan ”saya tertarik membeli produk atau jasa di lotte mart di bandingan supermarket lain” ..... | 88 |
| Tabel 4. 29 Uji <i>Kolmogorow-smirnov</i> Normalitas.....   | 89 |
| Tabel 4. 29 Uji <i>Kolmogorow-smirnov</i> Outliers.....   | 90 |
| Tabel Persamaan Regresi Linier Sederhana.....   | 91 |
| Tabel Koefisien Determinasi.....  | 92 |
| Tabel Pengujian Hipotesis (Uji-t) .....   | 93 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 4.1 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia .....   | 64 |
| Gambar 4.2 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan.....   | 65 |
| Gambar 4.3 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pengeluaran perbulan.....  | 66 |
| Gambar 4.4 Gambaran berdasarkan Pertanyaan”apakah pernah mengunjungi LOTTE<br>MART Bandung.....                                  | 67 |
| Gambar 4.5 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pernyataan “Berapa<br>Seringkah Anda mengunjungi Lotte Mart Per bulan” ..... | 69 |
| Gambar 4.6 Diagram Persepsi Responden Tentang Store Image .....  | 72 |
| Gambar 4.7 Diagram Persepsi Responden Tentang Loyalitas Kosumen .....  | 84 |