

ABSTRAK

Persaingan bisnis ritel di kota Bandung semakin meningkat dan dirasakan oleh masyarakat khususnya ketika toko-toko tersebut berada di dalam jarak yang saling berdekatan. Kondisi ini membuat peritel berusaha untuk membuat konsumennya tetap loyal kepada tokonya masing-masing. Berdasarkan penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen kepada sebuah toko ritel yaitu faktor *reliability* dan faktor *satisfaction*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor yang sama akan berpengaruh jika dilakukan kepada konsumen toko Indomaret di sepanjang jalan Surya Sumantri. Untuk mengetahui hal tersebut, maka penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 327 responden, dan hasil kuesioner diolah dengan menggunakan teknis analisis regresi berganda. Melalui hasil penelitian, maka dapat diketahui bahwa *reliability* memberikan pengaruh yang positif terhadap *store loyalty*. Hal ini mengakibatkan semakin besar *reliability* maka konsumen akan semakin loyal kepada toko. Kemudian hal kedua yang diketahui adalah tidak adanya pengaruh dari *satisfaction* terhadap *store loyalty*. Sehingga meskipun konsumen sudah merasa puas dengan toko, belum tentu konsumen tersebut akan loyal kepada toko. Dengan hasil penelitian tersebut, maka toko Indomaret harus bisa memperhatikan aspek-aspek *reliability* seperti penepatan janji toko kepada konsumen, pelayanan yang baik kepada konsumen yang pertama kali datang ke toko, ketersediaan barang dagangan di toko dan juga proses transaksi antara kasir dan konsumen yang bebas dari kesalahan. Dengan melakukan hal tersebut maka loyalitas konsumen terhadap toko Indomaret akan meningkat meskipun tengah berada di dalam persaingan dengan merek ritel lainnya.

Kata kunci : ritel, persaingan, *reliability*, *satisfaction* dan *store loyalty*.

ABSTRACT

Retail business competition in Bandung is increasing and perceived by the public, especially when it often located next to each others. This condition makes the retailers are trying to make consumers remain loyal to each store. In accordance with this situation, so in this study. Based on previous studies, there was two main factors that influence customer loyalty to retail store. These factors was reliability and satisfaction. Therefore, this study aims to determine whether the same factors will affect to Indomaret stores customer along Surya Sumantri. The research conducted by giving questionnaires to 327 respondents, and the results of the questionnaires technically processed using multiple regression analysis. Through the research, it can be seen that the reliability provide a positive effect on store loyalty. This results in greater reliability, the consumer will be more loyal to the store. Then the second thing that is known is the influence of satisfaction on store loyalty. So even though consumers are satisfied with the store, the consumer will not necessarily loyal to the shop. With these findings, Indomaret should be able to pay attention to reliability aspects as fulfillment of the promise to theirs customer, good experience for first time buyer, the availability of merchandise at the store and also error free transaction between customer and cashier. By doing several reliability aspect, Indomaret's loyalty customer will increase in the middle of tight competition with other brands.

Keywords : retail, competition, reliability, satisfaction and store loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	6
 BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, RERANGKA PEMIKIRAN, MODEL DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	 7
2.1 Kajian Kepustakaan.....	7
2.1.1 <i>Entrepreneurial Marketing</i>	7
2.1.2 Ritel.....	12
2.1.3 <i>Convenience Store</i>	17
2.1.4 Kualitas Jasa.....	18
2.1.5 Kualitas Jasa Ritel.....	20
2.1.6 <i>Reliability</i> Jasa Ritel.....	21
2.1.7 <i>Satisfaction</i>	22
2.1.8 <i>Store Loyalty</i>	24
2.2 Rerangka Pemikiran.....	26
2.3 Model dan Hipotesis Penelitian.....	30
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	 31
3.1 Obyek dan Subyek Penelitian.....	31

3.2 Metode Penelitian.....	34
3.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	34
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	37
3.2.3 Teknik Analisis.....	39
 BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	42
4.1 Profil Perusahaan.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Uji Validitas.....	46
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.2.3 Uji Regresi.....	48
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
4.4 Implikasi Manajerial.....	58
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	60
 DAFTAR KEPUSTAKAAN	
KUESIONER PENELITIAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Konsep Pemasaran Tradisional dengan Pemasaran <i>Entrepreneurial</i>	11
Tabel 2.2 Perbandingan Format Ritel.....	15
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Data Rata-Rata Kunjungan Toko Indomaret Surya Sumantri.....	33
Tabel 3.2 Jumlah Sampel Penelitian.....	34
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel.....	37
Tabel 3.4 Intepretasi KMO.....	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4.2 Usia Responden.....	44
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	44
Tabel 4.4 Pengeluaran Responden.....	45
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	46
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Wheel of Retailer</i>	14
Gambar 2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	30

