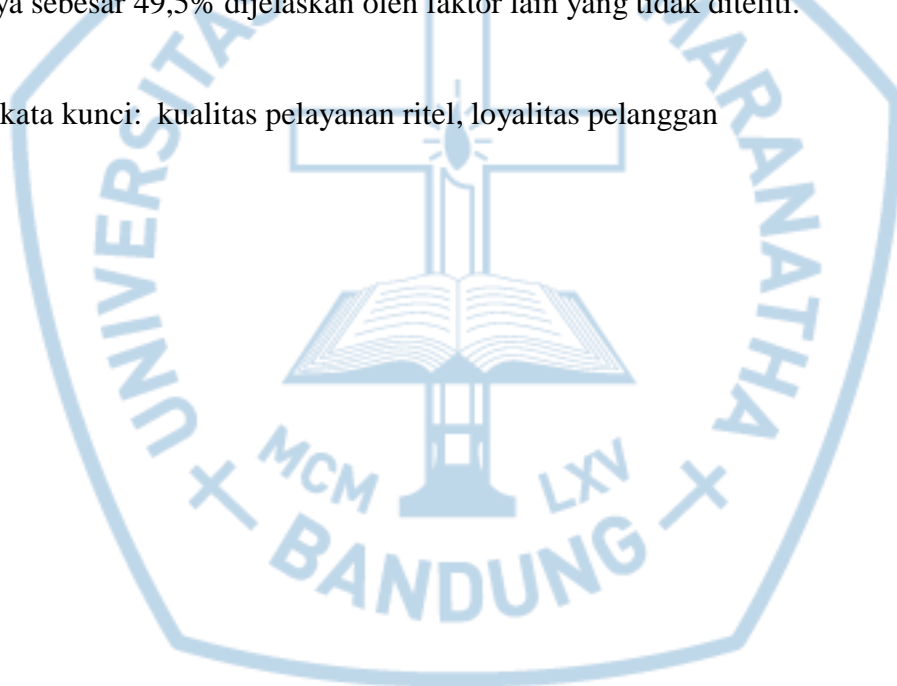


## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan ritel terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Griya Setra Sari Bandung. Jenis data pada penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan secara langsung dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengunjung Supermarket Griya Setra Sari Bandung. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Adapun teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dengan program SPSS. Proses analisis data juga telah melalui tahap uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, koefisien determinasi dan uji hipotesis menggunakan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis penelitian telah terbukti, artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan ritel terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Griya Setra Sari Bandung. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ritel mampu menjelaskan loyalitas pelanggan di Supermarket Griya Setra Sari Bandung sebesar 50,5% sedangkan sisanya sebesar 49,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata-kata kunci: kualitas pelayanan ritel, loyalitas pelanggan



## **ABSTRACT**

*This research aims to examine and analyze the effect of retail service quality on customer loyalty in Supermarket Griya Setra Sari Bandung. The type of data in this research is primary data which collected directly by distributing questionnaires to 100 respondents who are visitors in Supermarket Griya Setra Sari Bandung. Sampling method was done by using purposive sampling technique. The data analysis technique in this research using simple regression analysis with SPSS program. The process of data analysis has also been through the validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, coefficient of determination and hypothesis test using t-test. The analysis results showed that research hypothesis has been proven, it means there is influence of retail service quality to customer loyalty in Supermarket Griya Setra Sari Bandung. The coefficient of determination value shows that retail service quality is able to explain customer loyalty in Supermarket Griya Setra Sari Bandung amounted to 50.5% while the rest of 49.5% explained by other factors not examined.*

*Keywords: retail service quality, customer loyalty*



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	6
2.1.1.2 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.2 Ritel.....	9
2.1.2.1 Pemasaran Ritel .....	9
2.1.2.2 Jenis Usaha Ritel.....	9
2.1.2.3 Bauran Pemasaran Ritel.....	12
2.1.3 Kualitas Pelayanan .....	17
2.1.3.1 Pengertian Kualitas .....	17
2.1.3.2 Pengertian Pelayanan.....	18
2.1.3.3 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.3.4 Dimensi Kualitas Pelayanan Ritel .....	19
2.1.3.5 Faktor Penghambat Pelayanan.....	23
2.1.4 Loyalitas Pelanggan .....	24
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas .....	24
2.1.4.2 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	24
2.1.4.3 Keuntungan Loyalitas Pelanggan .....	25
2.1.4.4 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	26
2.1.4.5 Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	26
2.1.5 Hubungan Kualitas Pelayanan Ritel Dan Loyalitas Konsumen .....	28
2.2 Rerangka Pemikiran .....	30
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	31

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Populasi, Sampel, Metode Pengambilan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	35
3.2.1 Populasi .....	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.2.3 Metode Pengambilan Sampel.....	36
3.2.4 Ukuran Sampel.....	37
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	38
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	41
3.5.1 Uji Validitas .....	41
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Uji Normalitas .....	42
3.6.2 Regresi Linear Sederhana.....	42
3.6.3 Uji Hipotesis.....	43
3.6.4 Koefisien Determinasi.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	45
4.1.1 Karakteristik Responden.....	45
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan .....	47
4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	47
4.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Ritel .....	48
4.1.2.1 Dimensi Interaksi Pribadi .....	48
4.1.2.2 Aspek Fisik .....	49
4.1.2.3 Kebijakan .....	51
4.1.2.4 Pemecahan Masalah.....	53
4.1.2.5 Kehandalan .....	55
4.1.3 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan.....	57
4.1.4 Hasil Uji Validitas .....	59
4.1.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	61
4.1.6 Uji Asumsi Klasik .....	62
4.1.6.1 Uji Normalitas.....	62
4.1.6.2 Uji Heteroskedastisitas .....	63
4.1.7 Analisis Data .....	65
4.1.7.1 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	65
4.1.7.2 Analisis Koefisien Determinasi .....	65
4.1.7.3 Uji Hipotesis .....	66
4.2 Pembahasan.....	68

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>71</b>
5.1 Simpulan .....	71
5.2 Saran.....	71
5.3 Implikasi Manajerial .....	72
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>77</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)</b> .....	<b>99</b>



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Piramida Loyalitas Pelanggan .....	28
Gambar 2.2 Rerangka Teoritis .....	29
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran .....	30
Gambar 2.4 Model Penelitian .....	34
Gambar 4.1 <i>Scatter Plot</i> Data .....	64



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand</i> Supermarket Tahun 2016.....	3
Tabel 2.1 Hasil Riset Empiris .....	32
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja di Griya Setra Sari 1 Bulan Terakhir .....	47
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Indikator Staff memiliki pengetahuan yang cukup .....	50
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Indikator Staff ramah dan sopan	52
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Indikator Staff selalu bersedia membantu .....	53
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Indikator Penampilan supermarket .....	54
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Indikator Lingkungan belanja bersih .....	55
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Tentang Indikator Desain Griya Setra Sari supermarket memungkinkan konsumen bergerak dengan mudah	56
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Tentang Indikator Tata letak Griya Setra Sari memudahkan konsumen menemukan produk.....	57
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Tentang Indikator Barang dagangan berkualitas dan segar .....	58
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Tentang Indikator Jam operasi yang nyaman.....	59
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Tentang Indikator Ketersediaan fasilitas tambahan.....	60
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Tentang Indikator Ketersediaan area parkir yang nyaman dan aman.....	61
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Tentang Indikator Menanggapi masalah secara profesional .....	62
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Tentang Indikator Efisien dalam menyelesaikan masalah .....	56
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Tentang Indikator Mempunyai kebijakan pengembalian produk .....	57
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Tentang Indikator Informasi yang benar pada promosi penjualan.....	58
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Tentang Indikator Konsumen Griya Setra Sari tidak mengantri lama.....	59
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Tentang Indikator Selalu ada stok produk di Griya Setra Sari .....	60
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Tentang Indikator Harga produk terlihat jelas.....	61
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Tentang Indikator Melakukan pembelian	

	secara teratur.....	62
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Tentang Indikator Konsumen membeli produk/jasa di Griya Setra Sari secara bervariasi.....	59
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Tentang Indikator Merekomendasikan Griya Setra Sari kepada orang lain.....	60
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Tentang Indikator Konsumen tidak akan beralih dari Griya Setra Sari.....	61
Tabel 4.28	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Ritel.....	62
Tabel 4.29	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	62
Tabel 4.30	Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.31	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	62
Tabel 4.32	Hasil Regresi Linear Sederhana.....	62
Tabel 4.33	<i>Model Summary<sup>b</sup></i> .....	62
Tabel 4.34	<i>Coefficients<sup>a</sup></i> .....	62





## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran B Hasil Kuesioner.....	81
Lampiran C Karakteristik dan Tanggapan Responden .....	86
Lampiran D Hasil Olah Data SPSS .....	92

