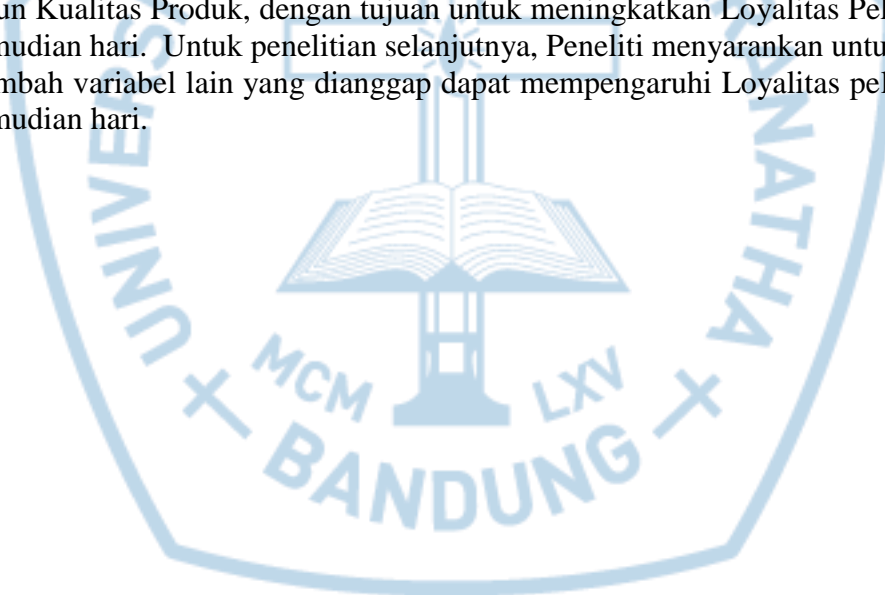


ABSTRAK

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan Ritel Dan Kualitas Produk, Terhadap Loyalitas Pelanggan (Konsumen Yogya)”. Sehubungan dengan tujuan penelitian, maka jenis penelitian ini adalah Causal Explanatory.

Penelitian ini menggunakan 2 (dua) jenis variable, yaitu variable independent dan variable dependent. Variable independent yaitu Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan variable dependent yaitu Loyalitas Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar kota Bandung yang pernah berbelanja di Supermaret Yogya Bandung. Penarikan sample yang digunakan adalah menggunakan teknik purposive sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar di Universitas Kristen Maranatha yang pernah berbelanja di Supermarket Yogya Bandung sebanyak 200 responden.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis, Ditemukan adanya pengaruh Kualitas Layanan Retail, Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Dengan demikian perusahaan Supermarket Yogya diharapkan dapat meningkatkan baik Kualitas Layanan Retail maupun Kualitas Produk, dengan tujuan untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan di kemudian hari. Untuk penelitian selanjutnya, Peneliti menyarankan untuk dapat menambah variabel lain yang dianggap dapat mempengaruhi Loyalitas pelanggan di kemudian hari.

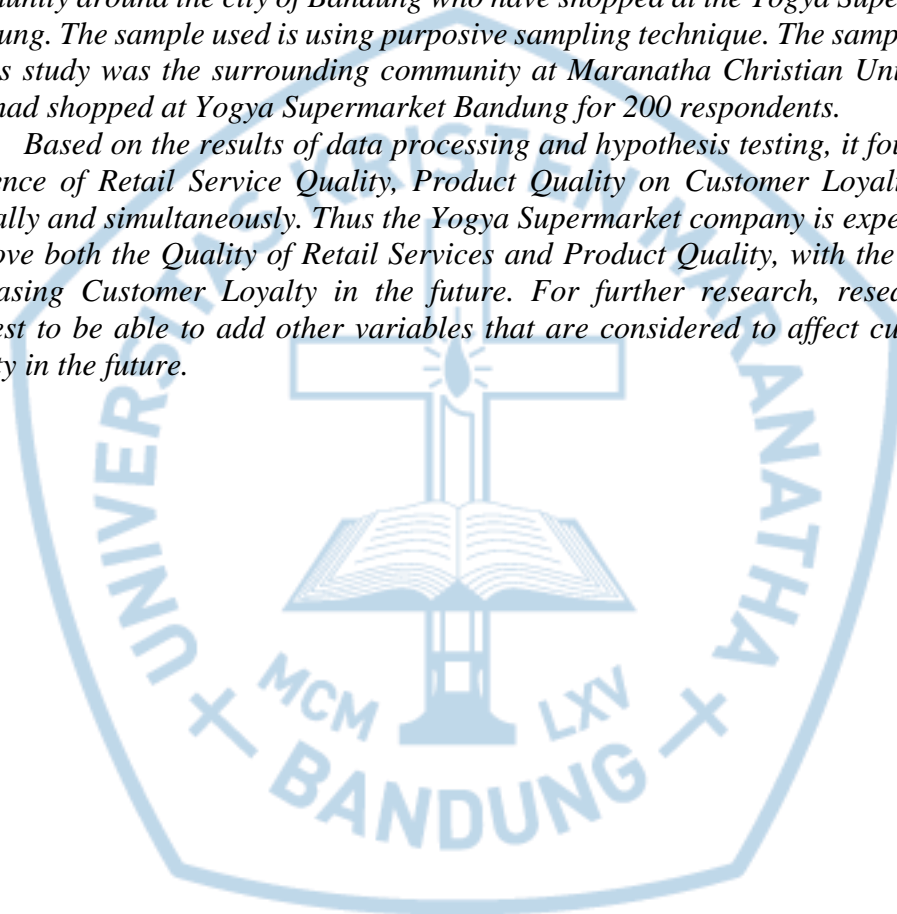


ABSTRACT

Researcher were interested in conducting research on "The Effect of Service Quality Ritel and Product Quality, on Customer Loyalty (Yogya Consumers)". In connection with the research objectives, this type of research is the Causal Expanatory.

This study uses 2 (two) types of variables, namely independent variables and dependent variables. The independent variable is Service Quality, Product Quality and the dependent variable is Customer Loyalty. The population in this study is the community around the city of Bandung who have shopped at the Yogya Supermarket Bandung. The sample used is using purposive sampling technique. The sample used in this study was the surrounding community at Maranatha Christian University who had shopped at Yogya Supermarket Bandung for 200 respondents.

Based on the results of data processing and hypothesis testing, it found the influence of Retail Service Quality, Product Quality on Customer Loyalty both partially and simultaneously. Thus the Yogya Supermarket company is expected to improve both the Quality of Retail Services and Product Quality, with the aim of increasing Customer Loyalty in the future. For further research, researchers suggest to be able to add other variables that are considered to affect customer loyalty in the future.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia)	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris)	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABLE	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	9
1.3.Tujuan Penelitian.....	9
1.4.Manfaat Penelitian.....	9
BAB II: LANDASAN TEORI	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.1.3 Produk (Product)	13
2.1.4 Promosi (Promotion).....	13
2.1.5 Harga (Price)	13
2.1.6 Distribusi (Distribution)	13

2.1.7 Produk Fisik	14
2.1.8 Jasa	14
2.1.9 Diferensiasi Produk	14
2.1.10 Kualitas Produk	14
2.1.11 Kualitas Jasa	16
2.1.12 Harapan	18
2.1.13 Kinerja	18
2.1.14 Kepuasan	18
2.1.15 Loyalitas	19
2.1.16 Riset Emperis	20
2.2 Kerangka Teoritis	28
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Model Penelitian	30
2.5 Pengembangan Hipotesis	30
BAB III: METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sample Penelitian	31
3.3 Objek Penelitian	32
3.4 Subjek Penelitian	33
3.5 Variable Penelitian	33
3.5.1 Variable Independent	33
3.5.2 Variable Dependent	34
3.5.3. Definisi Operasional Variable (DOV)	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.1 Kuesioner	47
3.7 Teknik Analisa Data	47
3.7.1.1 Uji Validitas	47
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	48
3.7.1.3 Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)	48
3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas	49

3.7.1.4 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	50
3.7.1.5 Uji Regresi Regresi Linier Berganda.....	51
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Karakteristik Responden	52
4.2. Analisis Uji Instrumen.....	55
4.2.1. Uji Validitas	55
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	57
4.3. Uji Asumsi Klasik	58
4.3.1. Uji Normalitas	58
4.3.2. Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.3.3. Uji Multikolinearitas	62
4.4. Uji Hipotesis.....	63
4.4.1. Uji Hipotesis 1	66
4.4.2. Uji Hipotesis 2	67
4.5. Pembahasan	68
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Implikasi Manajerial.....	71
5.3. Keterbatasan penelitian	72
5.4. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Top Brand Index Fase 2 2015.....	7
Table 1.2 Top Brand Index Fase 2 2016.....	7
Table 1.3 Top Brand Index Fase 2 2017.....	7
Table 1.4 Top Brand Index FASE 2 2018.....	8
Table 1.5 Top Brand Index FASE 2 2019.....	8
Table 2.1 Riset Empiris.....	20
Table 3.5.3.1 Definisi Operasional Variable.....	35
Table 3.2 Skala Likert.....	46
Tabel 4.1. Karakteristik Responden berdasarkan JenisKelamin.....	53
Tabel 4.2. Karakteristik Responden berdasarkan Umur.....	53
Tabel 4.3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	54
Tabel 4.5. Karakteristik Responden berdasarkan Apakah Anda pernah berbelanja di Supermarket Yogya YA/TIDAK.....	54
Tabel 4.6.: Uji Validitas.....	56
Tabel 4.7. Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.8. Uji Normalitas Sebelum Uji Outlier.....	58
Tabel 4.9. Uji Normalitas Sesudah Uji Outlier.....	59
Tabel 4.10.: Uji Heteroskedastitas.....	60
Tabel 4.11. Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.12. Uji Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.13. Uji F.....	65
Tabel 4.14. Uji Hipotesis 1.....	66
Tabel 4.15. Uji Koefisien Determinasi untuk Hipotesis 1.....	67
Tabel 4.16. Uji Hipotesis 2.....	67
Tabel 4.17. Uji Koefisien Determinasi untuk Hipotesis 2.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3.6 Rerangkiran Pemikiran.....	29
Gambar 4.1. Uji Heteroskedadistitias	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Hasil Jawaban Responden.....	79
Lampiran B	Hasil Jawaban Kuesioner.....	84
Lampiran C	Hasil Pengujian Validitas Berbagai Variable	124
Lampiran D	Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan Ritel	125
Lampiran E	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	129
Lampiran F	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	131
Lampiran G	Hasil Uji Realibitas Kualitas Layanan Ritel.....	133

