

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Tinjauan Pustaka	12
1.5.1 Tinjauan Teoritis.....	12
1.5.1.1 Pemasaran.....	12
1.5.1.2 Bauran Pemasaran	13
1.5.1.3 Produk (<i>Product</i>).....	14
1.5.1.4 Harga (<i>Price</i>).....	18
1.5.1.5 Promosi (<i>Promotion</i>)	25
1.5.1.6 Tempat atau Lokasi (<i>Place</i>)	28
1.5.1.7 Kepuasan Pelanggan.....	29
1.5.1.8 Loyalitas Pelanggan.....	34
1.5.2 Tinjauan Empiris	38

1.5.3 Konsep Yang Menghubungkan Antar Variabel	44
1.6 Kerangka Berfikir	49
1.7 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	50
1.7.1 Definisi Konsep	50
1.7.2 Definisi Operasional	51
1.7.2.1 Produk	51
1.7.2.2 Harga	52
1.7.2.3 Lokasi atau Tempat	52
1.7.2.4 Promosi	53
1.7.2.5 Kepuasan Pelanggan	54
1.7.2.6 Loyalitas Pelanggan	55
1.8 Hipotesis	55
1.9 Metode Penelitian	57
1.9.1 Tipe Penelitian	57
1.9.2 Ruang Lingkup Penelitian	57
1.9.3 Lokasi Penelitian	57
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	58
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data	58
1.9.6 Populasi dan Sampel	59
1.9.6.1 Populasi	59
1.9.6.2 Sampel	59
1.9.7 Teknik Sampling	60
1.9.8 Uji Validitas dan Reabilitas	61
1.9.8.1 Uji Validitas	61
1.9.8.2 Uji Reabilitas	62
1.9.8.3 Uji Asumsi Klasik	63
1.9.9 Teknik Analisis Data	64
1.9.9.1 Analisis Statistik Deskriptif	64
1.9.9.2 Analisis Statistik Inferensial	65
1.9.9.3 Uji Hipotesis (Uji t)	67
1.9.9.4 Uji Sobel	67

BAB II Gambaran Umum Obyek Penelitian	70
2.1 Sejarah Perusahaan	70
2.2 Unit Usaha Primkokas	71
2.2.1 K-Store Supermarket	71
2.2.2 V'Nice Bakery and Coffee.....	72
2.2.3 Ecco Resto & Cafe	72
2.3 Logo Perusahaan	74
2.4 Kantor Pusat	74
2.5 Struktur Organisasi	74
BAB III Hasil dan Pembahasan	75
3.1 Karakteristik Responden.....	75
3.1.1 Jenis Kelamin Responden	76
3.1.2 Usia Responden	76
3.1.3 Pendidikan Responden	77
3.1.4 Pekerjaan Responden	77
3.1.5 Pengeluaran Perbulan Responden	78
3.2 Uji Instrumen dan Data Penelitian	79
3.2.1 Uji Validitas	79
3.2.2 Uji Reabilitas	81
3.2.3 Uji Asumsi Klasik	82
3.2.3.1 Uji Normalitas.....	82
3.2.3.2 Uji Multikolinearitas.....	83
3.2.3.3 Uji Heteroskedasitas	85
3.3 Teknik Analisis Data	86
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	86
3.3.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Produk.....	87
3.3.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga	96
3.3.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Lokasi	100
3.3.1.4 Analisis Deskriptif Variabel Promosi.....	104
3.3.1.5 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan	110
3.3.1.6 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas	116

3.4 Hasil Analisis Path.....	122
3.4.1 Analisis Uji Hipotesis	122
3.4.1.1 Koefisien Determinasi (R Square).....	123
3.4.1.2 Uji Hipotesis (Uji t)	123
3.4.2 Analisis Uji Hipotesis II.....	125
3.4.2.1. Koefisien Determinasi (R Square).....	126
3.4.2.2. Uji Hipotesis (Uji t)	126
3.5 Uji Sobel	128
3.5.1 Uji Sobel Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan.....	128
3.5.2 Uji Sobel Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan	130
3.5.3 Uji Sobel Lokasi terhadap Loyalitas melalui Kepuasan	131
3.5.4 Uji Sobel Promosi terhadap Loyalitas melalui Kepuasan	133
3.6 Pembahasan	134
3.6.1 Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	134
3.6.2 Pengaruh Produk, harga, Lokasi dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	136
3.6.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	139
3.6.4 Pengaruh mediasi Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	139
BAB IV Penutup.....	143
4.1 Kesimpulan.....	143
4.2 Saran	144
Daftar Pustaka.....	147
Lampiran	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar Grafik Perkembangan Supermarket di Indonesia	1
Gambar 1.2	Skema Bauran Pemasaran	14
Gambar 1.3	Skema Tingkat Kepuasan Pelanggan	31
Gambar 1.4	Piramida Loyalitas Pelanggan	37
Gambar 1.5	Kerangka Berfikir	49
Gambar 1.6	Model Hipotesis	56
Gambar 1.7	Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	66
Gambar 2.1	Logo Perusahaan Krakatau Junction	74
Gambar 2.2	Struktur Organisasi	74
Gambar 3.2	Uji Heterkedasitas dengan Scatterplot	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Supermarket di Banten	3
Tabel 1.2	Tabel Jumlah Pengunjung K-Store Krakatau Junction	9
Tabel 1.3	Penelitian Terdahulu	41
Tabel 1.4	Model Skala Likert	59
Tabel 3.1	Tabel Responden Berdasarkan jenis Kelamin	76
Tabel 3.2	Tabel Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 3.3	Tabel Responden Berdasarkan Pendidikan	77
Tabel 3.4	Tabel Berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel 3.5	Tabel Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	78
Tabel 3.6	Uji Validitas	80
Tabel 3.7	Uji Reabilitas	81
Tabel 3.8	Uji Normalitas One Sample Kolmogorof-Smirnov	83
Tabel 3.9	Uji Multikolinearitas	84
Tabel 3.10	K-Store Krakatau Junction menjual produk yang beragam dari konsumsi maupun non konsumsi	88
Tabel 3.11	Kualitas produk yang dijual K-Store Krakatau Junction baik	89
Tabel 3.12	K-Store Krakatau Junction memasang logo brand di etalase dari setiap produk untuk mempermudah pelanggan untuk memilih produk yang ingin di beli	90
Tabel 3.13	K-Store Krakatau Junction memiliki fitur berbelanja online sehingga memudahkan pelanggan untuk berbelanja	91
Tabel 3.14	Merek produk yang dijual K-Store Krakatau Junction sudah banyak dikenal pelanggan	92
Tabel 3.15	Kemasan produk yang dijual K-Store Krakatau Junction tidak ada yang rusak	93
Tabel 3.16	Layanan yang diberikan K-Store Krakatau Junction baik	94
Tabel 3.17	Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variabel produk	95
Tabel 3.18	Harga yang tercantum di setiap etalase sesuai dengan produknya	96

Tabel 3.19	K-Store Krakatau Junction selalu memberikan diskon yang menarik bagi pelanggannya	97
Tabel 3.20	K-Store Krakatau Junction memberikan potongan harga kepada pelanggannya jika melakukan pembelian minimal Rp 100.000,-	98
Tabel 3.21	Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variabel harga	99
Tabel 3.22	K-Store Krakatau Junction dekat dengan jalan umum sehingga mudah dijangkau	100
Tabel 3.23	K-Sore Krakatau Junction dapat dijangkau dengan berbagai alat transportasi mulai dari pribadi hingga umum	101
Tabel 3.24	K-Store Krakatau Junction memiliki tempat parkir yang luas dan nyaman	102
Tabel 3.25	Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variabel Lokasi	103
Tabel 3.26	K-Store Krakatau Junction memiliki karyawan untuk mengenakan produk baru kepada pelanggan	104
Tabel 3.27	K-Store Krakatau Junction melakukan banyak cara untuk menyebarkan informasi mulai dari baliho, spanduk atau poster	105
Tabel 3.28	K-Store Krakatau Junction memberikan merchandise kepada pelanggan yang berlogo K-Store Krakatau Junction	106
Tabel 3.29	K-Store Krakatau Junction selalu memberikan diskon atau potongan harga yang menarik bagi pelanggannya	107
Tabel 3.30	K-Store Krakatau Junction melakukan pemaasaran tidak hanya melalui katalog tetapi melalui website	108
Tabel 3.31	Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variabel Promosi	109
Tabel 3.32	Responden merasa puas belanja di K-Store Krakatau Junction	110
Tabel 3.33	Responden merasa berbelanja di K-Store Krakatau Junction merupakan pilihan yang tepat	111
Tabel 3.34	Pengalaman berbelanja di K-Store Krakatau Junction bagi responden menyenangkan	112
Tabel 3.35	Responden merasa puas dengan produk yang dijual di K-Store Krakatau Junction	113
Tabel 3.36	Responden merasa puas dengan pelayanan yang diberikan K-Store Krakatau Junction	114
Tabel 3.37	Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variabel Kepuasan	115

Tabel 3.38	Responden selalu memiliki keinginan berkunjung lagi ke K-Store Krakatau Junction	116
Tabel 3.39	Responden memutuskan untuk berbelanja kembali di K-Store Krakatau Junction	117
Tabel 3.40	K-Store Krakatau Junction menjadi pilihan pertama jika responden ingin berbelanja	118
Tabel 3.41	Responden tidak ingin pindah ke supermarket lain selain K-Store Krakatau Junction	119
Tabel 3.42	Responden akan tetap loyal pada K-Store Krakatau Junction	120
Tabel 3.43	Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variabel loyalitas	121
Tabel 3.44	Hasil Uji Path	122

