

**ANALISIS PENGARUH CITRA MENARA SWALAYAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

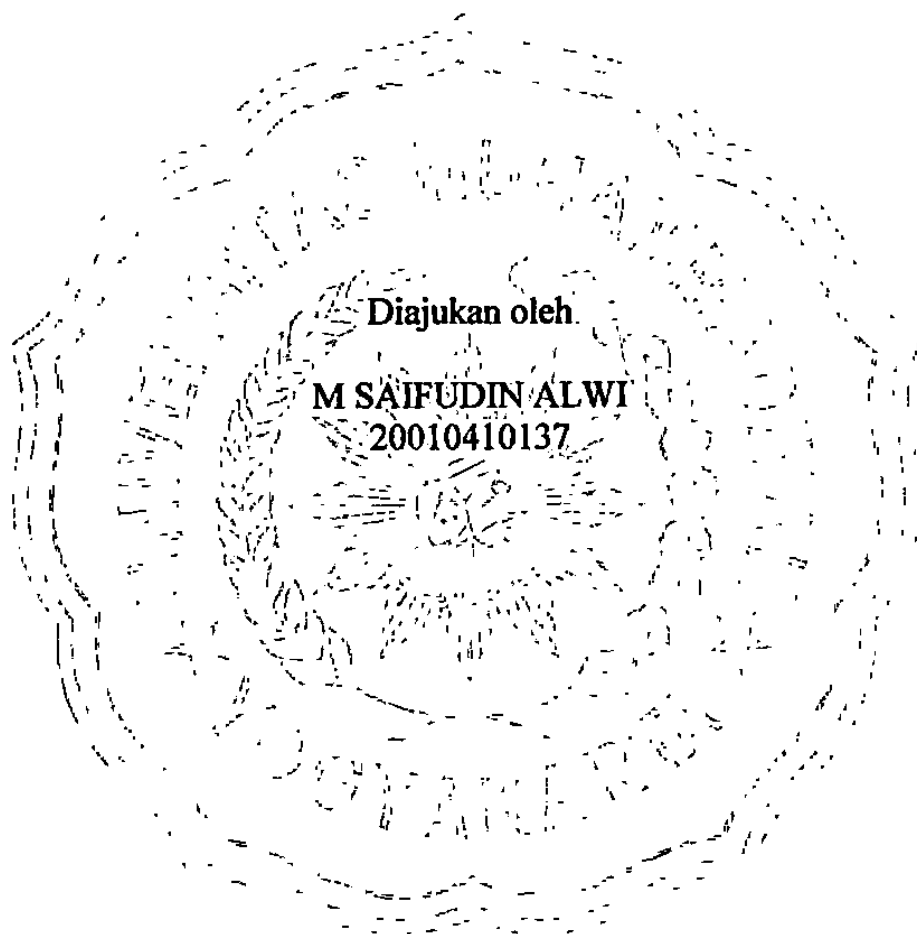


Disusun Oleh
M SAIFUDIN ALWI
20010410137

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH CITRA MENARA SWALAYAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DI YOGYAKARTA



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Handwritten signature of the supervisor.

M. Saifudin Alwi, SE, MSi

Tanggal 30 Agustus 2007

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH CITRA MENARA SWALAYAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DI YOGYAKARTA

Diajukan oleh

M SAIFUDIN ALWI
20010410137

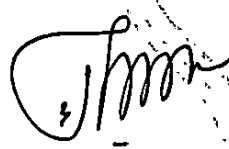
skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan didepan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi


Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 25 September 2007

Yang terdiri dari

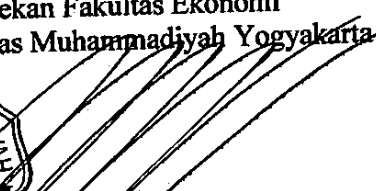
Munjiati Munawaroh, SE, M.Si
Ketua Tim Penguji


Dra. Tri Maryati, MM.
Anggota Tim Penguji


Ika Nurul Qamari, SE, M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta




Mishachul Anwar, SE, M. Si
NIK 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam

... dan disebutkan dalam daftar pustaka

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, hanya kepada Tuhan-Mulah hendaknya kamu berharap”.

(QS. Al Insyirah : 5-8)

Pelajarilah Ilmu!

Barang siapa mempelajarinya karena Allah itu taqwa, Mengulang-mengulangnya itu tasbih, Membahasnya itu jihad, Mengajarkannya orang yang tidak tahu itu sedekah, Memberikannya kepada ahlinya itu mendekatkan diri kepada Tuhan.

(Abus Syaikh Ibnu Hibban dan Ibnu Abdil Vary, Ilya Al Ghazali, 1986)

Orang yang tidak pernah terjatuh adalah orang yang biasa, tetapi orang yang tiap kali terjatuh dia dapat bangkit kembali itulah orang yang luar biasa.

(Mirabeau)

Cobalah untuk tidak menjadi orang yang sukses, namun cobalah untuk menjadi orang yang bermanfaat.

(Albert Einstein)

“Kesabaran sejati adalah ketika kamu memaafkan seseorang yang bersikap sangat buruk terhadapmu dan menentangmu, sementara kamu mempunyai kemampuan untuk membalas dendam kepadanya”

PERSEMBAHAN

Karya kecil kebanggaanku ini aku persembahkan kepada yang tercinta :

Puji Syukur kepada Allah SWT

yang telah melimpahkan segala nikmat dan hidayahNya.

Memperkaya jiwaku dengan ilmu pengetahuan

Menghiasi jiwaku dengan kesabaran dan kasih sayang

serta mempercantik jiwaku dengan kesehatan.

Bapak dan Bunda tersayang

Terima kasih atas segala doa, pengorbanan serta kasih sayang nan tulus.

Hanya dengan restumu putramu ini berjuang untukenuhi kebanggaanmu.

Kakakku satu-satunya Mas Asep

yang turut memberikan doa dan semangat

serta telah sabar menghadapi adikmu.

Keluarga besar Bunda

Budhe Fi' ma Idha dan Mas Muji..Pak Supri ma Lek Is (Irfan, Nasih,

Wardha,)..lek Roh ma Lek Darsah (Afit, Jodhi)..Lek Yati ma Lek Muh

(Rosyad, Khariz)..lek Wati ma Lek Mahzum (Reza dan adike yang bentar lagi

lahir)...keluarga besar Pakdhe Yon

Keluarga besar Bapak

Uwak Toha...{Ujang Syirot ma Apong (Eep, Bahru)...Jajang dan mbak Yana

(Falah dan Ari)..Lilis ma Ujang (Selvi ma adiknya)..Asep Saiful..}

Mang Dedek...{Aik ma Ujang..(Aidil)...Johar...Imas}

Karya kecil ini kubingkiskan kepada :

Bunga yang tumbuh dalam taman hatiku dan moga kau menjadi jodoh
terbaikku...

Sahabat-sahabatku:

Irfan, Rosyid, Very, Mastur, Wahyu, RifQ, Even, amik, Sukma, Afi, Lilis, Ika,
Atas persahabatan yang "hebat" sampai selamanya.

Sahabat-sahabat Jauhku,

Rhymoet, Pingky, Ziya, Cenul, Tyas

Yang telah mengisi hari-hariku dengan smsmu & setia jadi teman
curhatku

Teman-teman kost C 317 and ex C317

Mr Doel Bersaudara, Koto Ono, Widi H and Arief, Ula, Wa-once, Kak Amien,
Manik, Ian Ayam, Robby, Ucok, Gi2h, Edi, Tri, Iyan Hitcher, Prima,
Atas kebersamaannya selama ini, senang bisa mengenal kalian semua.

Temen-temen Ngumpul nang Ngayogyokarto:

Big Bozz, Yoga, Novel, Adoz, Rahmad, Hadi, Yusron, Subi, Ce2p, Ipul, Agung,
Nunu', Yudha, Adith, Paijo, Yusuf, Edy T, Bayu, dan Semua Angkatan 2001
yang ga bisa aku sebut satu per satu, Cah2 Tower Girl (Jutek, Tina, Istie, Tri,
Teh Iya), Cah2 Pengax (Aziz, Bung Tomo, Dede Bagrix, Deni, Miftah, Reza),
dan semua yang pernah mengenal aku.

Temen-temen kampoeng halaman:

Semua siapa yang sering main di base camp (Mbah Fatima)

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana unsur citra supermarket berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli ulang dan merekomendasikannya kepada orang lain, serta mencari dimensi yang paling signifikan yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan dua macam pengujian yaitu uji T dan uji F. Uji T digunakan untuk menganalisis pengaruh dimensi citra supermarket yang terdiri dari dimensi harga, dimensi pelayanan, dimensi kualitas produk dan dimensi lingkungan fisik terhadap loyalitas konsumen secara parsial. Sedangkan uji F digunakan untuk menganalisis pengaruh keempat dimensi citra supermarket tersebut terhadap loyalitas konsumen secara serentak.

Melalui metode purposive sampling dan convenience sampling, 150 sampel diambil dari pengunjung Menara swalayan Bantul Yogyakarta. Hipotesis diuji dengan menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa dimensi lingkungan fisik dan dimensi pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan dimensi harga dan dimensi kualitas produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Loyalitas konsumen, analisis faktor, citra supermarket

ABSTRACT

The Obyektive of this research is to investigate the factor creating the retail image on customer loyalty, which measured through the invention to repurchase in future and recommend the retail store to other and also to find the most significant dimensions of retail image which influence the customer loyalty.

The research use two test are T Test and F Test. T Test used to analyze influence of retail image are price dimensions, service dimension, product quality dimensions and physical environment dimension on customer loyalty by partial. Sedangkan F Test used to analyze influence four dimensions of retail image on customer loyalty by komperehensif.

By purposive sampling dan convenience sampling, 150 sampling were taken from customer Menara swalayan Bantul Yogyakarta. Hypotesis test using regression analysis. The output of this research are service dimension and physical environment dimension have the significant influence on customer loyalty. Although price dimension and produk quality dimension have not the significant influence on customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Citra Menara Swalayan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Yogyakarta”.

Penulisan ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Misbachul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Fajarwati, S.E., M.Si., selaku Dosen Penasehat Akademik
3. Ibu Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Pimpinan Menara Swalayan Yogyakarta beserta seluruh karyawan.
5. Bapak dan Ibu atas dukungan dan doa serta kasih sayang selama ini sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
6. Teman-teman Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2001.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan motivasi atas penyelesaian skripsi ini.

Semoga bimbingan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan pahala yang setimpal dari Allah SWT. Akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	6

2. Citra Supermarket.....	12
3. Loyalitas Konsumen.....	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
C. Hipotesis.....	21
D. Model Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Subyek dan Obyek Penelitian.....	23
B. Teknik Pengambilan Sampel	23
C. Jenis Data	23
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
F. Uji Kualitas Instrumen.....	26
G. Analisis Data.....	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek/Obyek Penelitian.....	32
B. Analisis Deskriptif.....	36
C. Uji Kualitas Instrumen.....	37
1. uji Validitas.....	37
2. Uji Reliabilitas.....	38
D. Hasil Penelitian.....	39
E. Pembahasan (Interpretasi).....	43

BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan.....	46
B. Saran.....	47
C. Keterbatasan Penelitian.....	48

DAFTAR TABEL

4.1.	Karakteristik Responden.....	36
4.2.	Hasil Uji Validitas.....	37
4.3.	Hasil Uji Reliabilitas.....	39
4.4.	Hasil Koefisien Regresi.....	39
4.5.	Hasil F Hitung.....	42
4.6.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	43

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Konsekuensi Perilaku dan Keuangan atas Kualitas Layanan7

2.2. Model Perilaku dan Keuangan Terhadap Kualitas Layanan15