

**ANALISIS PENGARUH CITRA SUPERMARKET
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI
MATAHARI DEPARTMENT STORE
KLATEN**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta**



**Disusun Oleh :
ALI MURTOPO
20000410177**

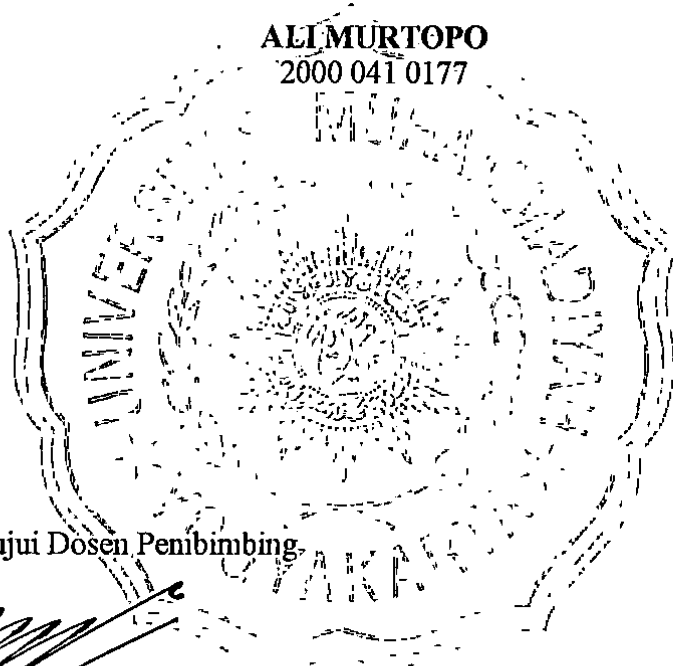
FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH CITRA SUPERMARKET TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DI MATAHARI DEPARTMENT STORE
KLATEN

Diajukan oleh

ALI MURTOPO
2000 041 0177



Telah disetujui Dosen Pembimbing


Michahil Anwar SE M Si

Tanggal 28 April 2005

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH CITRA SUPERMARKET TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DI MATAHARI DEPARTMENT STORE
KLATEN

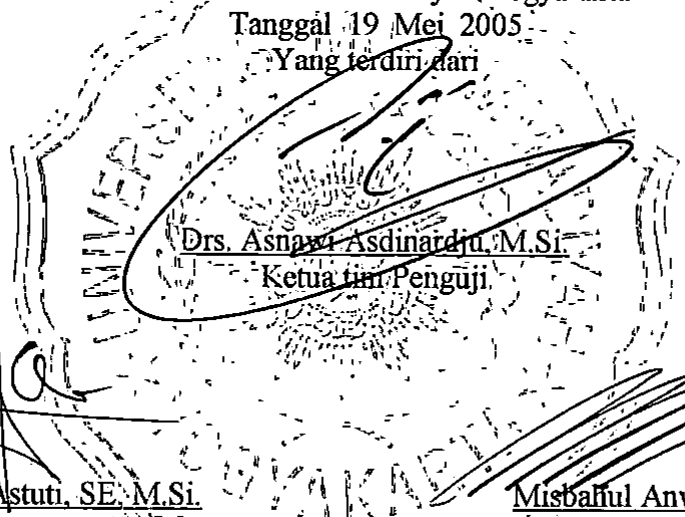
Diajukan oleh

ALI MURTOPO
2000 041 0177

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 19 Mei 2005

Yang terdiri dari



Drs. Asnawi Asdinardju, M.Si.
Ketua tim Penguji.



Isthofaina Astuti, SE, M.Si.
Anggota Tim Penguji



Misbahul Anwar, SE, M.Si.
Anggota Tim Penguji

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Citra Supermarket Terhadap Loyalitas Konsumen Di Matahari Department Store Klaten”.

Maksud dari penulisan ini adalah 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, sehingga dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E.,MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sekaligus sebagai pembimbing utama, dalam penyusunan skripsi ini.
2. Pimpinan beserta seluruh staff karyawan Matahari Department Store Klaten.
3. Ibu Meika Kurnia Puji R.D.A., S.E., MSi, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak dan Ibu atas ketulusan kasih sayang, do'a serta pengorbanan yang tak mungkin Ali untuk dapat membalasnya.
5. Semua teman-teman khususnya kelas C Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen angkatan 2000 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga bimbingan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT. Akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun demikian penulis berharap semoga ini dapat bermanfaat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
INTI SARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Perdagangan Eceran.....	7
2. Pengertian Supermarket.....	8
3. Pengertian Loyalitas.....	11
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Model Penelitian.....	17
D. Hipotesis.....	18
BAB III METODA PENELITIAN.....	19
A. Subyek Penelitian.....	19
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	19
C. Jenis Data.....	19
D. Teknik Pengumpulan Data.....	20
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	20
F. Uji Kualitas Data.....	22
1. Uji Validitas.....	22
2. Uji Reliabilitas.....	23
G. Teknik Analisis Data.....	24
1. Analisis Regresi Berganda.....	24
2. Uji Hipotesis.....	25
a. Uji Koefisien Regresi Secara Serentak (Uji-F).....	25

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	27
1. Sejarah Perkembangan Matahari Department Store	27
2. Tujuan Didirikannya Matahari Department Store.....	33
3. Lokasi Matahari Department Store Klaten	34
4. Struktur Organisasi.....	34
B. Analisis Deskriptif	35
C. Uji Kualitas Data.....	57
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas	59
D. Hasil Penelitian	60
1. Analisis Regresi Linier Berganda	60
2. Uji Koefisien Regresi Secara Serentak (Uji-F).....	61
3. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-t).....	62
E. Pembahasan.....	64
 BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	 67
A. Simpulan	67
B. Saran.....	68
C. Keterbatasan.....	68

DAFTAR TABEL

4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	36
4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan	39
4.5. Tanggapan Konsumen Mengenai Harga yang Terjangkau	39
4.6. Tanggapan Konsumen Mengenai Prestise Harga	40
4.7. Tanggapan Konsumen Mengenai Harga Konsisten	41
4.8. Tanggapan Konsumen Mengenai Diskon Khusus	42
4.9. Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Pakaian Dewasa	43
4.10. Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Pakaian Anak	44
4.11. Tanggapan Konsumen Mengenai Stok yang Selalu Baru	44
4.12. Tanggapan Konsumen Mengenai Produk yang Mengikuti Mode	45
4.13. Tanggapan Konsumen Mengenai Layanan yang ramah	46
4.14. Tanggapan Konsumen Mengenai Karyawan yang responsive	57
4.15. Tanggapan Konsumen Mengenai Pelayanan Kasir yang cepat	48
4.16. Tanggapan Konsumen Mengenai Informasi Produk	49
4.17. Tanggapan Konsumen Mengenai Kondisi Gedung yang Megah	50
4.18. Tanggapan Konsumen Mengenai Penampilan Staff yang Rapi	51
4.19. Tanggapan Konsumen Mengenai Interior yang dipasang AC	52
4.20. Tanggapan Konsumen Mengenai Sarana Komputerisasi Kasir	53
4.21. Tanggapan Konsumen Mengenai Loyalitas Berdasar Harga	54
4.22. Tanggapan Konsumen Mengenai Loyalitas Berdasar Kualitas	55
4.23. Tanggapan Konsumen Mengenai Loyalitas Berdasar Pelayanan	56
4.24. Tanggapan Konsumen Mengenai Loyalitas Berdasar Lingk. Fisik	57
4.25. Rangkuman Hasil Uji Validitas	58
4.26. Penjelasan Hasil Uji Reliabilitas	60

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Efek Citra Terhadap Perilaku Konsumen	10
2.2. Model Pengaruh Citra Supermarket Terhadap Kualitas	17