

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Super Indo Sonosewu Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF RETAIL MARKETING MIX ON CUSTOMER
LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A
MEDIATION VARIABLE
(Study on Super Indo Sonosewu Yogyakarta)***



Oleh
KRISDA TEGAR NURANTI
20180410307

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2022**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Super Indo Sonosewu Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF RETAIL MARKETING MIX ON CUSTOMER
LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A
MEDIATION VARIABLE
(Study on Super Indo Sonosewu Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
KRISDA TEGAR NURANTI
20180410307

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2022**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Krisda Tegar Nuranti

Nomor Mahasiswa : 20180410307

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Super Indo Sonosewu Yogyakarta)”** tidak adanya karya yang pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepengetahuan saya tidak ada karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis tercantum dalam naskah ini dimana telah disebutkan didalam daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini terdapat karya orang atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya ini untuk dibatalkan.

Yogyakarta 16 Desember 2021



Krisda Tegar Nuranti

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk...

Orang tua Bapak Sudarno (Alm), ibu Sukriswati,
kakak ku Krisda Titis Anggraeni dan

Suamiku mas Ardiansyah yang senantiasa
memberikan dorongan semangat dan perhatian.

Serta untuk para sahabatku yang telah memberikan
semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Almamater tercintaku Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang sudah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mana menjadi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen
3. Bapak Sutrisno Wibowo.,S.E.,MM. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Orang tua ku dan saudaraku yang telah memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi atau skripsi.
5. Suami ku mas Ardiansyah yang memberikan dorongan, perhatian dan telah sabar untuk mendampingi, membantu serta berdiskusi mengenai masukan dari dosen pembimbing selama proses penyelesaian skripsi ini.

6. Banyak pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, semoga Allah SWT membalas atas segala amal baik yang telah dikerjakan, aamiin.

Skripsi ini jauh dari sempurna dan tidak luput dari segala kekurangan, untuk itu saran dan kritik selalu diharapkan demi kemajuan penulis dikemudian hari serta semoga karya ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 16 Desember 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rauf', written over a horizontal line.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Bauran Pemasaran.....	11
2. Kepuasan Pelanggan.....	14
3. Loyalitas Pelanggan.....	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	18

C. Pengembangan Hipotesis.....	32
1. Hubungan Produk Dengan Kepuasan Pelanggan.....	32
2. Hubungan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan.....	33
3. Hubungan Lokasi Dengan Kepuasan Pelanggan.....	34
4. Hubungan Promosi Dengan Kepuasan Pelanggan.....	34
5. Hubungan Personalia Dengan Kepuasan pelanggan.....	35
6. Hubungan Atmosfer/Tampilan Dengan Kepuasan Pelanggan.....	35
7. Hubungan <i>Retail Service</i> Dengan Kepuasan Pelanggan.....	36
8. Hubungan Produk Dengan Loyalitas Pelanggan.....	36
9. Hubungan Persepsi Harga Dengan Loyalitas Pelanggan.....	37
10. Hubungan Lokasi Dengan Loyalitas Pelanggan.....	37
11. Hubungan Promosi Dengan loyalitas Pelanggan.....	38
12. Hubungan Personalia Dengan Loyalitas Pelanggan.....	38
13. Hubungan Atmosfer Dengan Loyalitas Pelanggan.....	39
14. Hubungan <i>Retail Service</i> Dengan Loyalitas Pelanggan.....	39
15. Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	40
16. Hubungan Produk, Persepsi Harga, Lokasi, Promosi, Personalia, Atmosfer, <i>Retail Service</i> Dengan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	41
D. Model Penelitian.....	42
BAB III.....	43
METODE PENELITIAN.....	43
A. Subjek Dan Objek Penelitian.....	43
1. Objek Penelitian.....	43
2. Subjek Penelitian.....	43
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
C. Jenis Data.....	45
D. Teknik Pengumpulan Data.....	45
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	46

F. Uji Kualitas Instrumen.....	50
G. Analisis Data Dan Uji Hipotesis.....	51
BAB IV.....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	53
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
2. Visi dan Misi Objek Penelitian.....	53
3. Deskripsi Responden.....	54
B. Uji Kualitas Instrumen.....	55
C. Uji Analisis SEM.....	64
1. Uji Measurement Model.....	64
2. Keseluruhan Model.....	78
D. Uji Sobel Test.....	80
E. Pengujian Hipotesis.....	85
F. Pembahasan.....	93
BAB V.....	115
1. Kesimpulan.....	115
2. Keterbatasan Penelitian.....	117
3. Saran.....	117
LAMPIRAN.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	166

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peningkatan Jumlah Gerai Tahun 2017 – 2020.....	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Skala Likert.....	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.3 Uji Validitas Untuk Variabel Produk.....	57
Tabel 4.4 Uji Validitas Untuk Variabel Persepsi Harga.....	57
Tabel 4.5 Uji Validitas Untuk Variabel Tempat.....	58
Tabel 4.6 Uji Validitas Untuk Variabel Promosi.....	59
Tabel 4.7 Uji Validitas Untuk Variabel Orang.....	59
Tabel 4.8 Uji Validitas Untuk Variabel Bukti Fisik.....	60
Tabel 4.9 Uji Validitas Untuk Variabel Proses.....	61
Tabel 4.10 Uji Validitas Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan.....	61
Tabel 4.11 Uji Validitas Untuk Variabel Loyalitas Pelanggan.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.13 Goodnes Of Fit Untuk CFA Model Variabel Laten Produk.....	65
Tabel 4.14 Hasil Signifikan Validitas Variabel Laten Produk.....	66
Tabel 4.15 Goodnes Of Fit Untuk CFA Model Variabel Persepsi Harga.....	67
Tabel 4.16 Hasil Signifikan Validitas Variabel Persepsi Harga.....	67
Tabel 4.17 Goodness Of Fit Untuk CFA Model Variabel Tempat.....	69
Tabel 4.18 Goodness Of Fit Untuk CFA Model Variabel Promosi.....	70
Tabel 4.19 Hasil Signifikan Validitas Variabel Promosi.....	70
Tabel 4.20 Goodness Of Fit Untuk CFA Model Variabel Orang.....	72
Tabel 4.21 Goodness Of Fit Untuk CFA Model Variabel Bukti Fisik.....	73
Tabel 4.22 Hasil Signifikan Validitas Variabel Bukti Fisik.....	73

Tabel 4.23 Goodness Of Fit Untuk CFA Model Variabel Proses.....	74
Tabel 4.24 Hasil Signifikan Validitas Variabel Proses.....	75
Tabel 4.25 Goodness Of Fit Untuk CFA Model Variabel Kepuasan Pelanggan.....	76
Tabel 4.26 Hasil Signifikan Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	76
Tabel 4.27 Goodness Of Fit Untuk CFA Model Variabel Loyalitas Pelanggan.....	78
Tabel 4.28 Standardized Regression Weight.....	85
Tabel 4.29 P-value Sobel Test.....	92