

**ANALISIS PENGARUH CITRA DAMAI INDAH SWALAYAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DI YOGYAKARTA**



Oleh

**TWO BAGUS NOVEL FARAIMA
20010410115**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**


2007

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH CITRA DAMAI INDAH SWALAYAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DI YOGYAKARTA

Diajukan oleh

TWO BAGUS NOVEL FARAIMA
20010410115

Telah disetujui Dosen Pembimbing



Indah Fatmawati, SE, M.Si.
NIK : 143029

Tanggal 29 November 2006

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH CITRA DAMAI INDAH SWALAYAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DI YOGYAKARTA

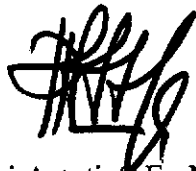
Diajukan oleh

TWO BAGUS NOVEL FARAIMA
20010410115

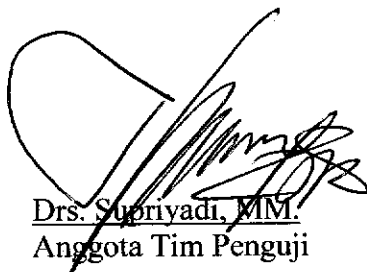
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 31 Januari 2007

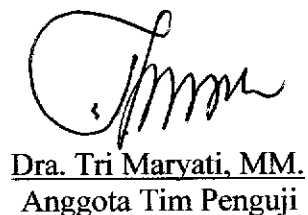
Yang terdiri dari



Rini Juni Astuti, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji

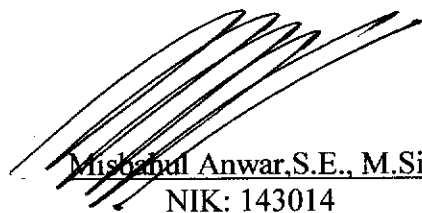


Drs. Supriyadi, MM.
Anggota Tim Penguji



Dra. Tri Maryati, MM.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Mubabul Anwar, S.E., 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 naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Januari 2007

Two Bagus Novel Faraima

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 pada orang lain, serta mencari dimensi citra supermarket yang paling signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan dua dimensi penelitian yaitu desain eksploratori dan desain kasual. Desain eksploratori digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur dimensi-dimensi variabel citra supermarket. Dan desain kasual digunakan untuk menganalisis pengaruh citra supermarket terhadap loyalitas konsumen.

Melalui metode purposive sampling dan convenience sampling, 150 sampel diambil dari pengunjung Damai Indah swalayan Yogyakarta. Kemudian untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan regresi linier berganda yang dibantu dengan menggunakan program SPSS Versi 11,5 for window release. Dari semua dimensi, dimensi keragaman yang mempunyai pengaruh paling signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Loyalitas konsumen, faktor analisis, citra supermarket

ABSTRACT

The objective of this study is to investigate the factor creating the retail image and the impact of retail image on customer loyalty, which measured through the intention 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 used two design of research. There are exploratory design and casual design. The exploratory design used to find the factor creating the retail image and the casual design used to analyze the influence retail image of customer loyalty.

By purposive sampling method and convenience sampling method, 150 sampling were taken from Damai Indah Swalayan Yogyakarta. Data analysis using factor analysis, regressions and also uses SPSS version 11,5 for window release to test the hypothesis And among all, variation have the most significant effect in creating customer loyalty.

Key words : customer loyalty, factor analysis, retail image

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 Damai Indah Swalayan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Yogyakarta”**.

Penulisan ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomipada 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. Bapak Pimpinan Damai Indah Swalayan Yogyakarta beserta seluruh karyawan.
3. Ibu Indah Fatmawati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Fajarwati, S.E., M.Si., selaku Dosen Penasehat Akademik.
5. Papa dan Mama atas dukungan dan doa serta kasih sayangnya 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.

Yogyakarta, Januari 2007

Penulis

Two Bagus Novel Faraima

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	5
1. Citra Supermarket.....	5
2. Loyalitas Konsumen.....	9
3. Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
B. Hipotesis.....	13

C. Model Penelitian.....	13
--------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Subyek dan Obyek Penelitian.....	15
B. Jenis Data.....	15
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	15
D. Teknik Pengumpulan Data.....	16
E. Desain Penelitian.....	16
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	17
G. Uji Validitas Instrumen.....	19
H. Analisis Data.....	21

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek/Obyek Penelitian.....	28
B. Analisis Deskriptif.....	29
C. Studi Eksploratori.....	30
D. Uji Validitas Instrumen.....	39
E. Studi Kausal (Uji Hipotesis).....	40
F. Pembahasan (Interpretasi).....	46

BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan.....	50
B. Saran.....	51
C. Keterbatasan Penelitian.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1.	Karakteristik Responden.....	29
4.2.	Penilaian Responden Mengenai Variabel Cita Supermarket.....	31
4.3.	Penilaian Responden Mengenai Variabel Loyalitas Konsumen.....	34
4.4.	Component Matrix.....	36
4.5.	Hasil Analisis Faktor Dimensi Citra Supermarket.....	37
4.6.	Hasil Analisis Faktor Variabel Loyalitas Konsumen.....	38
4.7.	Hasil Uji Reliabilitas.....	40
4.8.	Hasil Regresi Dimensi Citra Terhadap Loyalitas Konsumen.....	41

DAFTAR GAMBAR

- 2.1. Model Konsekuensi Perilaku dan Keuangan atas Kualitas Layanan..... 6
- 2.2 Model Hubungan Citra Supermarket Terhadap Loyalitas Konsumen..... 13