

**ANALISIS PENGARUH CITRA SUPERMARKET  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
PADA MATAHARI SUPERMARKET YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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



Disusun oleh  
**AGUS BUDI CAHYA ANGKASA**  
2001 041 0003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2005**


# SKRIPSI

## ANALISIS PENGARUH CITRA SUPERMARKET TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA MATAHARI SUPERMARKET YOGYAKARTA

Diajukan oleh

AGUS BUDI CAHYA ANGKASA  
2001 041 0003

Telah disetujui Dosen Pembimbing



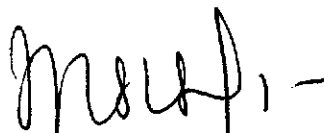
Drs. Supriyadi, M.M.  
NIK: 143 010

Tanggal: 26 Desember 2005

# ANALISIS PENGARUH CITRA SUPERMARKET TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA MATAHARI SUPERMARKET YOGYAKARTA


Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan dewan penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 28 Januari 2006  
Yang terdiri dari:

Ketua:

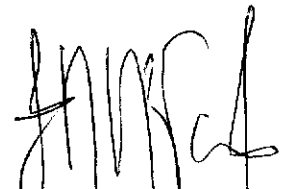


Dra. Arni Surwanti, M.Si.  
NIK: 143 007

Anggota:

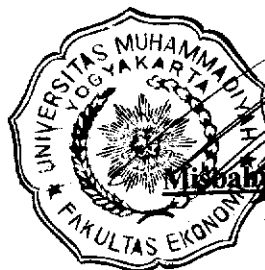


Drs. Supriyadi, M.M.  
NIK: 143 010



Fajarwati, S.E., M.Si.  
NIK: 143 054

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.  
NIK: 143 014

## **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, 28 Januari 2006

**AGUS BUDI CAHYA ANGKASA**

## UCAPAN TERIMAKASIH

1. Bapak dan Emak tercinta, yang telah mencurahkan segala kasih sayang, perhatian dan motivasi sehingga saya mampu menyelesaikan kuliah.
2. Kakak-kakakku tersayang, Rizal Miftahuddin & Miftakhul Fakhrrur Rosyadi yang telah memberikan banyak dukungan dan perhatian.
3. Yunda Abriani, Amd. atas perhatian, kasih sayang, dan motivasi yang tiada henti.
4. *Special thank's to*: Rizal Sucaturi, S.E. atas bimbingan dan arahnya.
5. *Special thank's to*: Ferry Ependi & Mas Dhanny, S.H. atas pinjaman komputer&printer, juga yang telah bersamaku melewati satu malam yang begitu sulit. Sungguh tak akan aku lupakan peristiwa 27-28 Januari 2006 itu.
6. *Special thank's to*: Irwan Syaputra atas pinjaman komputernya.
7. Sahabat sekaligus rekan bisnis di NATUNA CELLULAR: Agus Supriyatna, Doddy Aryo Jati, S.E., Ismartono, S.E., Handoko, S.E.
8. Sahabat yang kini tlah jauh: Riyanto (mas iyan, *miz u...*).
9. Teman-teman kontrakan 185: Qomar (thx atas kemeja putih untuk pendadaran), Hendri yang setia menjaga rumah, Priyuk yang bentar lagi mo merid di Lampung (sori kalo aku gak bisa hadir).
10. Sahabat sekaligus rekan kerja di Lembaga Pers dan Penerbitan Mahasiswa "NUANSA" UMY, Student English Activity (SEA) UMY.
11. Teman-teman Manajemen "A" 2001 dan semua orang yang aku kenal dan pernah mengenalku.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Citra Supermarket terhadap Loyalitas Konsumen pada Matahari Supermarket Yogyakarta”**.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Asnawi Asdinardju, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
2. Bapak Drs. Supriyadi, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
3. Ibu Dra. Arni Surwanti, M.Si. selaku Ketua Dewan Penguji Skripsi dan Pendaran.
4. Ibu Fajarwati, S.E., M.Si. selaku anggota Dewan Penguji Skripsi dan Pendaran.
5. Bapak Sugiyono (Asst. Store Manager Matahari Supermarket) dan Ibu Rinawati (Pers. Admin. Clerk Matahari Supermarket) yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan arahan selama penelitian berlangsung.

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, khususnya Matahari Supermarket (Galeria) Yogyakarta.

Yogyakarta, Januari 2006

Penulis,

Agus Budi Cahya Angkasa

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
ASBTRACT.....	xvi
BAB I      PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6



BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	7
	A. Landasan Teori.....	7
	1. Definisi perdagangan eceran.....	7
	2. Definisi Supermarket.....	8
	3. Citra.....	10
	4. Loyalitas Konsumen.....	17
	B. Penelitian Terdahulu.....	25
	C. Hipotesis.....	27
	D. Model Penelitian.....	27
BAB III	METODE PENELITIAN.....	29
	A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	29
	B. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
	C. Jenis Data.....	30
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	31
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
	F. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	34
	G. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
	A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	40
	B. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	48
	C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	50
	D. Pembahasan.....	54

BAB V	SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
	A. Simpulan.....	56
	B. Saran.....	57
	C. Keterbatasan Penelitian.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....		59
LAMPIRAN.....		61

## DAFTAR TABEL

4.1	Daftar Kota yang Memiliki Toko Matahari Tahun 1995.....	43
4.2	Profil Responden Matahari Supermarket (Galeria) Yogyakarta.....	46
4.3	Rangkuman Hasil Uji Validitas.....	48
4.4	Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	50
4.5	Rangkuman Nilai Koefisien Regresi.....	51

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Efek Citra terhadap Perilaku Konsumen dan Keuangan Supermarket.....	11
2.2	Model Penelitian.....	27
4.1	Struktur Organisasi Matahari Supermarket (Galeria) Yogyakarta.....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	(Kuisisioner Penelitian).....	62
Lampiran 2	(Output Uji Validitas).....	65
Lampiran 3	(Output Uji Reliabilitas).....	67
Lampiran 4	(Output Regresi Linier Berganda).....	71
Lampiran 5	(Surat Keterangan Penelitian).....	72

## INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra supermarket yakni dimensi harga, dimensi pelayanan, dan dimensi kualitas produk baik secara serentak maupun secara parsial terhadap loyalitas konsumen serta mengidentifikasi dimensi citra supermarket yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji koefisien regresi secara Serentak (Uji F), dan uji koefisien regresi secara parsial (uji t).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dimensi harga, dimensi pelayanan, dan dimensi kualitas produk baik secara serentak maupun secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dimensi harga merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Citra supermarket, loyalitas konsumen

## ***ABSTRACT***

The purpose of this research is to analyze the influencing of supermarkets image to consumer loyalty in comprehensive or individual ways. Supermarkets image divided into price dimension, services dimension, and product quality dimension. Besides that, the purpose of this research is to identifying the dimension of supermarkets image that having a dominant influence.

This research uses purposive sampling and accidental sampling. The technique of data analyze are: analysis of multiple regression, coefficient determinations test ( $R^2$ ), comprehensive coefficient regression test (F test), and individual coefficient regression test (t test).

The result of this research concludes that price dimension, services dimension, and product quality dimension in comprehensive or individual ways have a significant influence to the consumer loyalty. And price dimension is the most influence to consumer loyalty.

*Key words: supermarkets image, consumer loyalty*