

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	9
1.2.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan .....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS..	12
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	12
2.1.2 Perdagangan Eceran .....	13
2.1.3 Loyalitas .....	24

2.1.3.1 Definisi Loyalitas.....	24
2.1.3.2 Karakteristik Pelanggan yang loyal .....	25
2.1.3.3 Jenis Loyalitas .....	26
2.1.3.4 Tingkatan Loyalitas Pelanggan.....	28
2.1.4 Pengaruh Bauran Penjualan Eceran dengan Loyalitas.....	37
2.2 Kerangka Pemikiran .....	38
2.3 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Objek Penelitian .....	44
3.2. Metode dan Desain Penelitian .....	44
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	45
3.4 Sumber dan Alat Pengumpulan Data Serta Penarikan Sampel .....	48
3.4.1 Sumber Data .....	48
3.4.2 Alat pengumpulan Data.....	49
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	50
3.5.1 Populasi .....	50
3.5.2 Sampei.....	50
3.5.3 Teknik Sampling.....	51

3.6 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	53
3.6.1 Validitas dan Reliabilitas .....	54
3.6.2 Uji Hipotesis.....	59
3.6.2.1 Method of Successive Interval (MSI).....	59
3.6.2.2 Analisis Jalur (Jalur <i>Path</i> ) .....	60
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 69
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	69
4.1.1 Sejarah Singkat PT Sumber Alfaria Trijaya.....	69
4.1.2 Visi dan Misi PT Sumber Alfaria Trijaya .....	69
4.1 Karakteristik Responden .....	70
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	73
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	75
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	76
4.1.6 Pengalaman Responden .....	77
4.1.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja dalam Satu Minggu .....	77
4.1.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Tingkat Pilihan Belanja di Minimarket selain Alfamart .....	79

4.1.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Kepemilikan Kartu Belanja Alfamart	81
4.1.9 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan Kartu Belanja Alfamart	82
4.1.10 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Memiliki Kartu Berbelanja	83
4.2 Gambaran Variabel Penelitian	85
4.2.1 Bauran Penjualan Eceran	85
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Produk	85
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan	90
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Suasana Toko	96
4.2.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Harga	102
4.2.1.5 Tanggapan Responden Mengenai Lokasi	105
4.2.1.6 Tanggapan Responden Mengenai Promosi	109
4.2.2 Variabel Y (Loyalitas)	113
4.2.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi berbelanja di Alfamart 2 Lembang	113
4.2.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Produk dengan Merek Alfamart	114
4.2.2.4 Tanggapan Responden mengenai Frekuensi Menyarankan Orang Lain untuk Berkunjung ke Alfamart 2 Lembang	115
4.2.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Kemungkinan Perpindahan Tempat Berbelanja	116

4.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung antar Variabel Penelitian.....	128
4.4.1 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi produk terhadap Loyalitas.....	128
4.4.2 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi pelayanan terhadap Loyalitas.....	129
4.4.3 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi harga terhadap Loyalitas.....	130
4.4.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi lokasi terhadap Loyalitas.....	131
4.4.5 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi promosi terhadap Loyalitas.....	132
4.4.2 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis .....	136

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	139
5.1 Kesimpulan.....	139
5.2 Saran .....	142



## DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1 Proporsi Pasar Ritel di Indonesia .....	2
TABEL 1. 2 Perkembangan Format Ritel di Indonesia.....	3
TABEL 1. 3 Minimarket yang Beroperasi di Indonesia.....	5
TABEL 1. 4 Data Minimarket di Lembang .....	6
TABEL 1. 5 Frekuensi Berbelanja Minimarket di Lembang.....	6
TABEL 1. 6 Jumlah Pelanggan Alfamart 2 Lembang 2006-2007 .....	7
TABEL 2. 1 Definisi Perdagangan Eceran .....	13
TABEL 2. 2 Karakteristik Metoda Promosi .....	22
TABEL 2. 3 Bauran Promosi .....	23
TABEL 2.4 Definisi Loyalitas.....	25
TABEL 3. 1 Interpelasi Alternatif Jawaban.....	54
TABEL 3. 2 Hasil Uji Validitas .....	56
TABEL 3. 3 Interpretasi Besarnya Variabel .....	59
TABEL 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	59
TABEL 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
TABEL 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
TABEL 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	75
TABEL 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
TABEL 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	77
TABEL 4. 6 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja dalam Satu Minggu.....	79



TABEL 4.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Tingkat Pilihan Belanja di Minimarket selain Alfamart 2.....	80
TABEL 4. 8 Pengalaman Responden Berdasarkan Kepemilikan Kartu Belanja Alfamart.....	81
TABEL 4. 9 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan kartu belanja Alfamart.....	82
TABEL 4. 10 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Memiliki Kartu Belanja.....	84
TABEL 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Barang Alfamart 2 Lembang.....	85
TABEL 4. 12 Tanggapan Responden Tanggapan Responden Mengenai Merek Barang.....	86
TABEL 4. 13 Tanggapan Responden Mengenai Ukuran Produk yang Tersedia di Alfamart 2 Lembang.....	87
TABEL 4. 14 Tanggapan Responden Mengenai Jenis Produk yang Tersedia di Alfamart 2 Lembang.....	88
TABEL 4. 15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Produk di Alfamart 2 Lembang.....	89
TABEL 4. 16 Tanggapan Responden Mengenai Waktu Operasi Toko .....	90
TABEL 4. 17 Tanggapan Responden Mengenai Keramahan Pramuniaga.....	91
TABEL 4. 18 Tanggapan Responden Mengenai Kesigapan Pramuniaga.....	92
TABEL 4. 19 Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Pelayanan Kasir ....	93
TABEL 4. 20 Tanggapan Responden Mengenai Keamanan Toko .....	93

TABEL 4. 21	Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan Toko.....	94
TABEL 4. 22	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan.....	95
TABEL 4. 23	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Menemukan Barang .....	97
TABEL 4. 24	Tanggapan Responden Mengenai Jarak Antar Rak Barang yang Satu dengan yang Lainnya.....	98
TABEL 4. 25	Tanggapan Responden Mengenai Suasana Toko.....	98
TABEL 4. 26	Tanggapan Responden Mengenai Interior Toko.....	99
TABEL 4. 27	Tanggapan Responden Mengenai Eksterior Toko .....	100
TABEL 4. 28	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Suasana toko.....	101
TABEL 4. 29	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga yang Ditawarkan dengan Kualitasnya.....	102
TABEL 4. 30	Tanggapan Responden Mengenai Keterjangkauan Harga di Alfamart 2.....	103
TABEL 4. 31	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	104
TABEL 4. 32	Tanggapan Responden Mengenai Letak Toko.....	105
TABEL 4. 33	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Menjangkau Toko .....	106
TABEL 4. 34	Tanggapan Responden Mengenai Kedekatan dengan Area Pertokoan .....	107
TABEL 4. 35	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.....	108
TABEL 4. 36	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Iklan (cetak, elektronik).....	109

TABEL 4. 37 Tanggapan Responden Mengenai Daya tarik <i>Sales Promotion</i> /Promosi Penjualan berupa Hadiah, Kupon .....	110
TABEL 4. 38 Tanggapan Responden Mengenai Penjualan pribadi yang Dilakukan Pramuniaga dengan Menawarkan Kartu Belanja Alfamart .....	111
TABEL 4. 39 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Promosi.....	112
TABEL 4. 40 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Berbelanja.....	114
TABEL 4. 41 Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Produk dengan Merek Alfamart .....	115
TABEL 4. 42 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Menyarankan Orang Lain untuk Berkunjung ke Alfamart.....	117
TABEL 4. 43 Tanggapan Responden Mengenai kemungkinan perpindahan tempat berbelanja ke minimarket lain.....	118
TABEL 4. 44 Matriks Korelasi Antar Variabel Bauran Penjualan Eceran dengan Loyalitas.....	122
TABEL 4. 45 Hasil Pengujian Koefisien Jalur Bauran Penjualan Eceran dan Loyalitas.....	124
TABEL 4. 46 Matriks Korelasi antara Variabel X dan Y setelah Trimming.....	125
TABEL 4. 47 Hasil Pengujian Koefisien Jalur Bauran Penjualan Eceran dan Loyalitas setelah Trimming.....	130

TABEL 4. 48 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Produk terhadap	
Loyalitas.....	131
TABEL 4. 48 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Pelayanan terhadap	
Loyalitas.....	132
TABEL 4. 49 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Harga terhadap	
Loyalitas.....	133
TABEL 4. 50 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Lokasi terhadap	
Loyalitas.....	134
TABEL 4. 48 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Promosi terhadap	
Loyalitas.....	135
TABEL 4. 51 Hasil Pengujian Pengaruh Bauran Penjualan Eceran terhadap	
Loyalitas.....	136



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 Grafik Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia (Dalam %) .....	1
GAMBAR 1. 2 Pangsa Pasar Ritel Modern di Indonesia.....	4
GAMBAR 2. 1 Strategi Bauran Eceran.....	15
GAMBAR 2. 2 Jenis Loyalitas .....	27
GAMBAR 2. 3 The Loyalty Pyramid .....	31
GAMBAR 2. 4 Piramida Pelanggan .....	33
GAMBAR 2. 5 Profit Generator System .....	36
GAMBAR 2. 6 Kerangka Pemikiran .....	43
GAMBAR 2. 7 Paradigma Penelitian .....	44
GAMBAR 3. 1 Diagram Jalur Hipotesis.....	62
GAMBAR 3. 2 Hubungan Antara Variabel Penelitian .....	63
GAMBAR 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
GAMBAR 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	74
GAMBAR 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	75
GAMBAR 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	76
GAMBAR 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	78
GAMBAR 4. 6 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja dalam Satu Minggu.....	80
GAMBAR 4. 7 Pengalaman Responden Berdasarkan tingkat pilihan belanja di minimarket selain Alfamart 2.....	81

GAMBAR 4. 8 Pengalaman Responden Berdasarkan Kepemilikan Kartu Belanja Alfamart 2 .....	83
GAMBAR 4. 9 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan Kartu Belanja Alfamart 2.....	84
GAMBAR 4. 10 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Memiliki Kartu Belanja .....	85
GAMBAR 4. 11 Hubungan Antar Variabel dan Sub-Variabel Penelitian .....	89
GAMBAR 4. 12 Diagram Jalur Hipotesis Pengaruh BAuran Penjualan eceran terhadap Pembentukan Loyalitas.....	89

