

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	15
1.3 Rumusan Masalah .....	16
1.4 Tujuan Penelitian .....	17
1.5 Kegunaan Penelitian .....	18
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>20</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	20
2.1.1 Bauran Pemasaran Ritel .....	20
2.1.1.1 Konsep Bauran Pemasaran Jasa.....	20
2.1.1.2 Definisi Bauran Pemasaran Ritel.....	22
2.1.1.3 Elemen Bauran Pemasaran Ritel.....	23
2.1.2 Keputusan Berbelanja.....	37
2.1.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	37
2.1.2.2 Jenis –Jenis Keputusan Belanja .....	39
2.1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Belanja .....	39
2.1.2.4 Perilaku di Tempat Belanja .....	41
2.1.2.5 Proses Belanja Pelanggan.....	42
2.1.2.6 Variabel-Variabel Dalam Mempelajari Perilaku Pelanggan.....	46
2.1.2.7 Respon Konsumen Terhadap Stimulus Eskternal Pada Ritel.....	47
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	48

2.1.3.1	Definisi Loyalitas Pelanggan .....	48
2.1.3.2	Karakteristik Loyalitas pelanggan .....	49
2.1.3.3	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	52
2.1.4	Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Berbelanja dan Dampaknya Kepada Loyalitas Pelanggan .....	53
2.1.5	Orisinalitas Penelitian .....	57
2.2	Kerangka Pemikiran .....	63
2.3	Hipotesis .....	70
<b>BAB III</b>	<b>OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>72</b>
3.1	Objek Penelitian .....	72
3.2	Metode Penelitian .....	73
3.2.1	Jenis dan Metode yang Digunakan.....	73
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	74
3.2.3	Jenis dan Sumber Data .....	78
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i> .....	79
3.2.4.1	Populasi.....	79
3.2.4.2	Sampel.....	80
3.2.4.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	83
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data .....	85
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	86
3.2.6.1	Pengujian Validitas .....	86
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas .....	90
3.2.7	Rancangan Teknik Analisis Data .....	92
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	94
3.2.7.2	Rancangan Analisis Data Verifikatif .....	96
3.2.8	Rancangan Uji Hipotesis .....	109
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>114</b>
4.1	Profil Perusahaan dan Pelanggan Supermarket Giant Kota Sukabumi .....	114
4.1.1	Profil Perusahaan .....	114
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan.....	114

4.1.1.2	Visi dan Misi Perusahaan Giant .....	116
4.1.1.3	Struktur Organisasi Supermarket Giant Kota Sukabumi.....	117
4.1.1.4	Gambaran Bauran Pemasaran Hypermarket/Supermarket Giant.....	120
4.1.2	Karakteristik dan Pengalaman Pelanggan Supermarket Giant Kota Sukabumi .....	122
4.1.2.1	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	122
4.1.2.2	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Usia..	123
4.1.2.3	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Status Perkawinan.....	124
4.1.2.4	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	126
4.1.2.5	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan.....	127
4.1.2.6	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan Per Bulan .....	128
4.1.2.7	Pengalaman Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Kunjungan Melakukan Transaksi Berbelanja Per Bulan.....	129
4.1.2.8	Pengalaman Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran yang dibelanjakan di Supermarket Giant Kota Sukabumi Per Bulan .....	131
4.1.2.9	Pengalaman Pelanggan Berdasarkan Jenis Produk yang Sering Dicari Apabila Berbelanja di Supermarket Giant Kota Sukabumi .....	132
4.1.2.10	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Alasan Utama Memiliki Kartu Citi Giant Card.....	133

4.1.2.11	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Alasan Utama Berbelanja di Supermarket Giant Kota Sukabumi.....	135
4.2	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Bauran Pemasaran Ritel Supermarket Giant Kota Sukabumi.....	136
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Store Location (Lokasi Toko).....	137
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Merchandise Assortments (Keberagaman Produk/Barang Dagangan).....	139
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Store Ambience (Suasana Toko).....	141
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Customer Service (Layanan Pelanggan).....	142
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Price (Harga).....	144
4.2.6	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Communication with Customers (Komunikasi dengan Pelanggan).....	145
4.2.7	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap Kinerja Bauran Pemasaran Ritel Supermarket Giant Kota Sukabumi.....	146
4.3	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Supermarket Giant Kota Sukabumi.....	149
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Pilihan Produk.....	149
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Pilihan Merek.....	150
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Pilihan Gerai.....	152
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Timing Belanja.....	152

4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Besarnya Belanja.....	153
4.3.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Keputusan Berbelanja Pada Supermarket Giant Kota Sukabumi .....	154
4.4	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan Pada Supermarket Giant Kota Sukabumi .....	156
4.4.1	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan Pada Supermarket Giant Kota Sukabumi.....	158
4.5	Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Berbelanja.....	160
4.6	Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Keputusan Berbelanja Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	167
4.7	Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	174
4.8	Implikasi Hasil Penelitian.....	181
4.8.1	Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Teoritis .....	181
4.8.1	Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	183
4.8	Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS).....	186
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>192</b>
5.1	Kesimpulan .....	192
5.2	Rekomendasi .....	194
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>198</b>
	<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Ritel-Ritel Asing di Indonesia .....	5
Tabel 1.2	Gerai Ritel PT. Hero Supermarket Tbk. di Indonesia Akhir Desember 2009 .....	6
Tabel 1.3	Data Jumlah Pelanggan <i>Supemarket</i> Giant Kota Sukabumi Tahun 2007-2010 .....	7
Tabel 1.4	Pilihan Keputusan Berbelanja Pelanggan Kategori Ritel Modern <i>Supermarket</i> dan Lainnya di Kota Sukabumi .....	9
Tabel 1.5	Bauran Pemasaran Ritel Pada <i>Supermarket</i> Giant.....	13
Tabel 2.1	Definisi Bauran Pemasaran.....	20
Tabel 2.2	Definisi Bauran Pemasaran Ritel.....	22
Tabel 2.3	Unsur-unsur (Elemen) Bauran Pemasaran Ritel.....	24
Tabel 2.4	Metode Komunikasi Ritel Dengan Pelanggan.....	35
Tabel 2.5	Definisi Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 2.6	Definisi Loyalitas Pelanggan .....	48
Tabel 2.7	Beberapa Manfaat yang diperoleh Perusahaan Karena Memiliki Pelanggan Yang Loyal Menurut Para Ahli.....	51
Tabel 2.8	<i>Resume</i> Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	57
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	74
Tabel 3.2	Jenis Data dan Sumber Data .....	78
Tabel 3.3	Jumlah Pelanggan Kartu Kredit <i>Citi Giant Card</i> .....	80
Tabel 3.4	Interpretasi Nilai $r$ .....	88
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Validitas.....	88
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	92
Tabel 3.7	Skor Alternatif Jawaban Pertanyaan Positif dan Negatif.....	93
Tabel 3.8	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	95
Tabel 3.9	Klasifikasi Koefisien Korelasi .....	112
Tabel 3.10	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi.....	113
Tabel 4.1	Alokasi Karyawan <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi .....	118
Tabel 4.2	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	122
Tabel 4.3	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Usia.....	123
Tabel 4.4	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Status Perkawinan .....	125
Tabel 4.5	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	126
Tabel 4.6	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan .....	127
Tabel 4.7	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Rata-rata Penghasilan Per Bulan .....	128
Tabel 4.8	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Kunjungan Melakukan Transaksi Berbelanja Per Bulan.....	130

Tabel 4.9	Pengalaman Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran yang dibelanjakan di <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi Per Bulan.....	131
Tabel 4.10	Pengalaman Pelanggan Berdasarkan Jenis Produk yang sering dicari apabila Berbelanja di <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi .....	132
Tabel 4.11	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Alasan Utama Memiliki Kartu <i>Citi Giant Card</i> .....	134
Tabel 4.12	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Alasan Utama Berbelanja di <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi .....	135
Tabel 4.13	Kinerja <i>Store Location</i> (Lokasi Toko) <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi .....	137
Tabel 4.14	Kinerja <i>Merchandise assortments</i> (Produk/Barang yang ditawarkan <i>Supemarket</i> Giant Kota Sukabumi .....	140
Tabel 4.15	Kinerja <i>Store Ambience</i> (Suasana Toko) <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi .....	141
Tabel 4.16	Kinerja <i>Custmer Service</i> (Layanan Pelanggan) <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi.....	143
Tabel 4.17	Kinerja <i>Price</i> (Harga) <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi .....	144
Tabel 4.18	Kinerja <i>Communication with Customers</i> (Komunikasi dengan Pelanggan) <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi .....	145
Tabel 4.19	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Kinerja Bauran Pemasaran Ritel <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi .....	147
Tabel 4.20	Tingkat Pilihan Produk .....	149
Tabel 4.21	Tingkat Pilihan Merek .....	150
Tabel 4.22	Tingkat Pilihan Gerai.....	152
Tabel 4.23	Tingkat Timing Belanja .....	153
Tabel 4.24	Tingkat Besarnya Belanja .....	153
Tabel 4.25	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Tingkat Keputusan Berbelanja pada <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi .....	154
Tabel 4.26	Tingkat Loyalitas Pelanggan .....	156
Tabel 4.27	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan pada <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi.....	158
Tabel 4.28	Matriks Korelasi antar Sub Variabel Kinerja Bauran Pemasaran Ritel dengan Keputusan Berbelanja.....	160
Tabel 4.29	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari Kinerja Bauran Pemasaran Ritel terhadap Keputusan Berbelanja .....	162
Tabel 4.30	Pengujian Secara Simultan .....	163
Tabel 4.31	Matriks Korelasi antar Sub Variabel Keputusan Berbelanja dengan Loyalitas Pelanggan .....	168

Tabel 4.32	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari Keputusan Berbelanja terhadap Loyalitas Pelanggan.....	169
Tabel 4.33	Pengujian Secara Simultan .....	171
Tabel 4.34	Matriks Korelasi antar Sub Variabel Kinerja Bauran Pemasaran Ritel dengan Loyalitas Pelanggan.....	174
Tabel 4.35	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari Kinerja Bauran Pemasaran Ritel terhadap Loyalitas Pelanggan.....	176
Tabel 4.36	Pengujian Secara Simultan .....	177

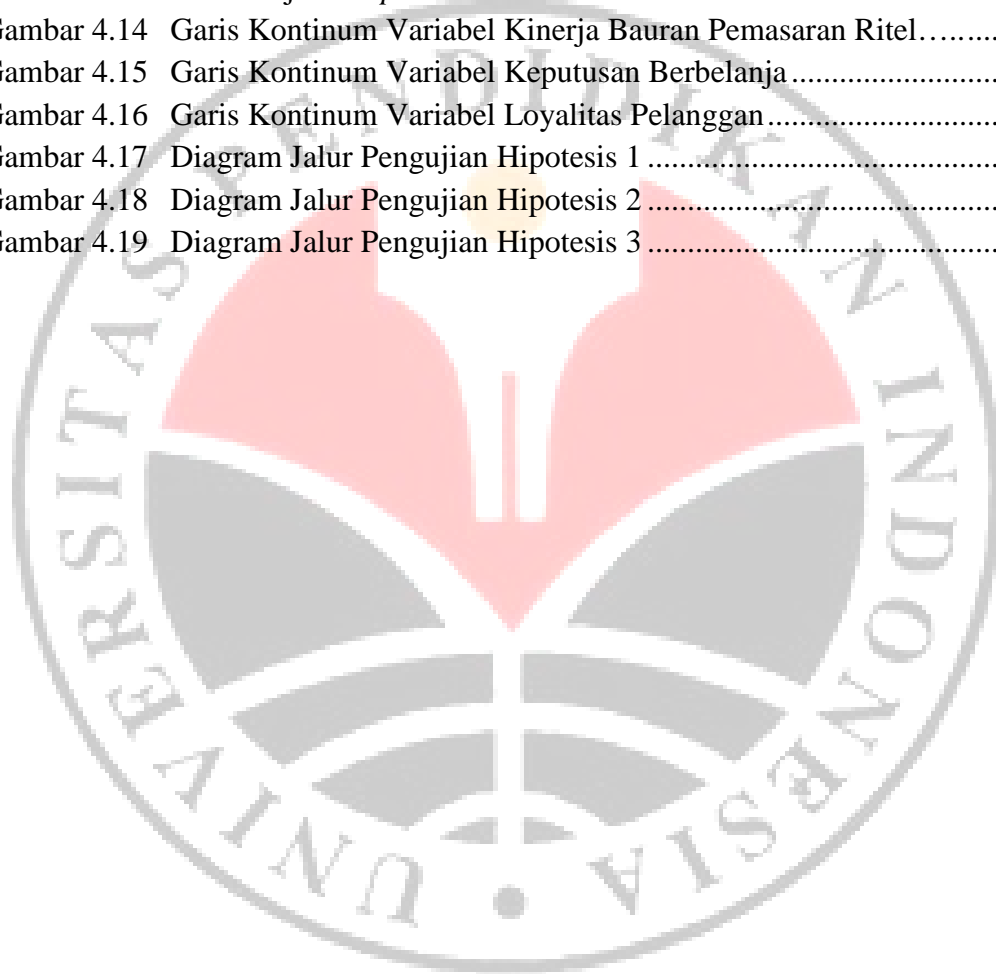




## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan dan Prediksi PDB Negara serta Jumlah Populasi Penduduk Negara Berkembang .....	2
Gambar 1.2	Indeks Penjualan Riil.....	3
Gambar 1.3	Pertumbuhan Sektor Ritel Nasional (%) .....	3
Gambar 1.4	Pertumbuhan Ritel Modern dan Tradisional .....	4
Gambar 1.5	Persepsi Masyarakat Dalam Berbelanja .....	12
Gambar 2.1	Teori Komunikasi.....	34
Gambar 2.2	Perilaku Belanja.....	41
Gambar 2.3	Proses Belanja .....	46
Gambar 2.4	Hubungan antara Variabel <i>Stimulus</i> , <i>Intervening</i> , dan Variabel Respons.....	47
Gambar 2.5	Respon Konsumen Terhadap <i>Stimulus</i> Eskternal.....	48
Gambar 2.6	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan .....	53
Gambar 2.7	Kerangka Pemikiran Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Berbelanja dan Dampaknya Kepada Loyalitas Pelanggan <i>Supemarket</i> Giant Kota Sukabumi.....	69
Gambar 2.8	Paradigma Penelitian Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Berbelanja dan Dampaknya Kepada Loyalitas Pelanggan <i>Supemarket</i> Giant Kota Sukabumi.....	70
Gambar 3.1	Struktur Hubungan Kausal Antara X, Y dan Z .....	96
Gambar 3.2	Struktur Hubungan Kausal Hipotesis 1 .....	97
Gambar 3.3	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis 1 .....	98
Gambar 3.4	Struktur Hubungan Kausal Hipotesis 2 .....	101
Gambar 3.5	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis 2.....	102
Gambar 3.6	Struktur Hubungan Kausal Hipotesis 3.....	105
Gambar 3.7	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis 3.....	106
Gambar 4.1	<i>Organization Structure Productive Unit Giant Supermarket</i> Sukabumi .....	117
Gambar 4.2	<i>Store Operation Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi.....	119
Gambar 4.3	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	123
Gambar 4.4	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Usia .....	124
Gambar 4.5	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Status Perkawinan.....	125
Gambar 4.6	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	127
Gambar 4.7	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan .....	128
Gambar 4.8	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Rata-rata Penghasilan Per Bulan .....	129
Gambar 4.9	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Kunjungan Melakukan Transaksi Berbelanja Per Bulan .....	130

Gambar 4.10	Pengalaman Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran yang dibelanjakan di Supermarket Giant Kota Sukabumi Per Bulan.....	132
Gambar 4.11	Pengalaman Pelanggan Berdasarkan Jenis Produk yang sering dicari apabila Berbelanja di <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi.....	133
Gambar 4.12	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Alasan Utama Memiliki Kartu <i>Citi Giant Card</i> .....	135
Gambar 4.13	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Alasan Utama Berbelanja di <i>Supermarket</i> Giant Kota Sukabumi .....	136
Gambar 4.14	Garis Kontinum Variabel Kinerja Bauran Pemasaran Ritel.....	148
Gambar 4.15	Garis Kontinum Variabel Keputusan Berbelanja.....	155
Gambar 4.16	Garis Kontinum Variabel Loyalitas Pelanggan.....	159
Gambar 4.17	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis 1 .....	161
Gambar 4.18	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis 2 .....	169
Gambar 4.19	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis 3 .....	179



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket Pra Penelitian dan Angket Penelitian
- Lampiran 2 Riwayat Hidup
- Lampiran 3 Koding Identitas dan Pengalaman Pelanggan
- Lampiran 4 Koding Variabel Penelitian
- Lampiran 5 Data Pengujian Path Analysis (Analisis Jalur)
- Lampiran 6 Perhitungan Validitas dan Reliabilitas dengan SPSS
- Lampiran 7 Hasil Pengujian Hipotesis dengan SPSS
- Lampiran 8 Perhitungan Validitas dan Reliabilitas secara Manual
- Lampiran 9 Perhitungan Path Analysis (Analisis Jalur) secara Manual
- Lampiran 10 Mencari F tabel dan t tabel dengan Microsoft Excel
- Lampiran 11 Tabel Distribusi F, t dan Normal Baku (Tabel Z)
- Lampiran 12 Agenda Bimbingan