

**ANALISIS PENGARUH APLIKASI BAURAN PEMASARAN
ECERAN TERHADAP LOYALITAS TOKO MODERN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PASARAYA SRI RATU MADIUN)**

(STUDI KASUS PADA PASARAYA SRI RATU MADIUN)

SEKRIPSI



Disusun Oleh :

**ETIK INDARWATI NINGSIH
NIM : 51403009**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN

2007

Skripsi berjudul

**ANALISIS PENGARUH APLIKASI BAURAN PEMASARAN
ECERAN TERHADAP LOYALITAS TOKO MODERN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PASARAYA SRI RATU MADIUN)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Etik Indarwati Ningsih

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebageaian tugas dan
memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi
Manajemen

Madiun, 15 Juli 2008

disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Fransisca, Mudjijanti.MM

Deasy Christiana Dewi, S.E., M.Si

Mengetahui,

Dekan

Ketua Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala

Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala

Madiun

Madiun

Sri Rustiyaningsih, S.E., M.Si., Ak

Dra.Dyah Kurniawati, M.Si.

Skripsi berjudul

**ANALISIS PENGARUH APLIKASI BAURAN PEMASARAN
ECERAN TERHADAP LOYALITAS TOKO MODERN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PASARAYA SRI RATU MADIUN)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Etik Indarwati Ningsih

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Madiun, 15 April 2008

Tim Penguji Skripsi

1. **Dra. Dyah Kurniawati, M.Si** ()
Ketua

2. **Dra. Fransisca Mudjijanti, MM.** ()
Anggota

3. **Veronika Agustini Sri Mulyani, S.E.,M.Si** ()
Anggota

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Pengaruh Aplikasi Bauran Pemasaran Eceran Terhadap Loyalitas toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pasaraya Sri Ratu Madiun)** adalah hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan diperguruan tinggi manapun.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan untuk pendapat atau pemikiran daripenulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Bila saya melakukan hal tersebut di atas baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya dan gelar kesarjanaan serta ijazah yang diberikan universitas batal saya terima.

Madiun, 15 Juli 2008

Yang membuat pertanyaan

Etik Indarwati Ningsih

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*Hati haruslah bersatu untuk berjuang
sehingga tiada hari tanpa usaha
tiada hari tanpa pengharapan
dan tiada hari tanpa kebahagiaan
(Luh Ketut Suryani)*

Ku Persembahkan Karakul Unstuck:

- *Bapak/Ibuku tercinta*
- *Teman hidupku*
- *Saudara dan teman-tamanku se
almamater*

ABSTRAKSI

Penelitian ini mengambil bidang penelitian pemasaran dengan mengambil topik perilaku konsumen khususnya mengenai pengaruh aplikasi bauran pemasaran eceran dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada toko pasaraya Sri Ratu. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah aplikasi bauran pemasaran eceran berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, apakah kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas toko pasaraya Sri Ratu dan apakah aplikasi bauran pemasaran eceran berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas toko pasaraya Sri Ratu dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan toko pasaraya Sri Ratu, dengan jumlah yang belum diketahui. Pelanggan diteliti berdasarkan pembelian yang dilakukan pada pasaraya Sri Ratu. Sampel yang diambil adalah sebesar 100 orang (diperoleh dari hasil rumus yang sudah ditetapkan). Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah sampel bertujuan (*purposive sample*).

Dari analisis jalur diperoleh besarnya pengaruh langsung, yaitu pengaruh aplikasi bauran pemasaran terhadap loyalitas toko pasaraya Sri Ratu sebesar 0,210, sedangkan pengaruh tidak langsung yaitu pengaruh aplikasi bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening sebesar 0,236. Karena pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung, maka hubungan yang sebenarnya adalah tidak langsung, yang artinya variabel (Y) kepuasan pelanggan mempengaruhi hubungan antara variabel (X) aplikasi bauran pemasaran dan variabel (Z) loyalitas pelanggan atau didapat hasil ada pengaruh antara aplikasi bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas toko pasaraya sebaiknya memperbaiki aplikasi pemasaran yang mampu menarik minat beli konsumen.

Kata kunci: Aplikasi bauran pemasaran, kepuasan, loyalitas.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, karunia dan kasih sayangnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul; “**Analisis Pengaruh Aplikasi Bauran Pemasaran Eceran Terhadap Loyalitas toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pasaraya Sri Ratu Madiun)**” untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Widya Mandala Madiun.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari keterbatasan yang dimiliki, sehingga dibutuhkan bantuan dan bimbingan semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Sri Rustiyaningsih, S.E., Akt, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun
2. Ibu Dra. Fransisca Mudjijanti, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun, juga selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Ibu Deasy Christiana Dewi, S.E.,M.Si., selaku pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan kuliah pada penulis sehingga menjadi bekal dalam penyusunan skripsi ini
5. Bapak Drs. Andreas Nugroho. W yang mengepalai setruktur organisasi
6. Bapak Sudirman, SH selaku asisten manajer pasaraya Sri Ratu Madiun.

7. Bapak Satpam pasaraya Sri Ratu Madiun yang telah memberikan keamanan dan kenyamanan dalam penelitian di pasaraya Sri Ratu Madiun.
8. Salam hormat yang sedalam-dalamnya kepada Ibu dan bapakku tercinta yang telah membesarkan dan mendidik dengan kasih sayangnya
9. Salam sayang buat suamiku yang telah menemani, mengajari, dan memberi motivasi dalam segala hal
10. Seluruh teman-teman seperjuangan dan seangkatan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan sehingga terselesainya skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis menyadari sebagai manusia biasa yang jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik dari semua pihak penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini, sehingga dapat bermanfaat bagi penulis, universitas, dan pembaca. Amin

Madiun, 15 Juli 2008

Penyusun

Etik Indarwati Ningsih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN MOTO/PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistem Penulisan.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Telaah Teori.....	10
1. Pengertian Pemasaran.....	10
2. Manajemen Pemasaran.....	11
3. Bauran Pemasaran Eceran.....	12
4. Kepuasan Pelanggan.....	15
5. Loyalitas Terhadap Toko (<i>store loyalty</i>).....	16
6. Pengaruh Bauran Pemasaran Eceran terhadap Kepuasan Pelanggan.....	20
7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	21
8. Pengaruh Bauran Pemasaran Eceran dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko.....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis.....	24
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	25
A. Desain Penelitian.....	25
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	26
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	28
1. Variabel Penelitian.....	28
a. Variabel Bebas.....	28
b. Variabel Intervening.....	28
c. Variabel Terikat.....	28
2. Definisi Operasional Variabel dan Cara Pengukuran Variabel.....	28
a. Bauran Pemasaran Eceran.....	29
b. Kepuasan Pelanggan.....	31
c. Loyalitas Pelanggan Pada Toko (<i>Store Loyalty</i>).....	32
D. Instrumen Penelitian.....	33

1. Uji Validitas.....	33
2. Uji Reliabilitas.....	34
F. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
G. Prosedur Pengumpulan Data.....	36
1. Wawancara.....	36
2. Kuesioner.....	36
3. Library Research.....	36
H. Teknik Analisis Data	37
1. Analisis Regresi.....	37
a. Regresi Linear Sederhana.....	37
b. Regresi Linear Berganda.....	38
2. Analisis korelasi.....	38
3. Koefisien Determinasi (R^2).....	40
4. Uji Hipotesis.....	41
a. Uji t.....	41
b. Analisis Jalur.....	42
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Data Penelitian.....	44
1. Gambar Umum Pasaraya Sri Ratu Madiun.....	44
2. Gambar Umum Responden.....	45
3. Data Jawaban Responden.....	52
B. Hasil Penelitian.....	53
1. Uji Validitas.....	53
2. Uji Reliabilitas.....	55
3. Analisis Regresi.....	56
a. Regresi Linear Sederhana.....	56
b. Regresi Linear Berganda.....	57
4. Koefisien Korelasi (R).....	58
a. Regresi Linear Sederhana.....	58
b. Regresi Linear Berganda.....	59
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	59
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	59
b. Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	60
6. Uji Hipotesis.....	60
a. Uji t.....	60
b. Analisis jalur.....	66
C. Pembahasan.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	73
A. SIMPULAN.....	73
B. SARAN.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Income</i> Perbulan.....	49
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	50
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian di pasaraya Sri Ratu dalam 1 Bulan	51
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
Tabel 4.8 Uji Validitas Aplikasi Bauran Pemasaran Eceran (X).....	53
Tabel 4.9 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	54
Tabel 4.10 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Z).....	55
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.12 Uji Regresi Linier.....	56
Tabel 4.13 Uji Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis Uji t.....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis Uji t.....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis Uji t.....	61
Tabel 4.17 Hasil Analisi Jalur.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kurva Uji t.....	62
Gambar 4.2 Kurva Uji t.....	64
Gambar 4.3 Kurva Uji t.....	65