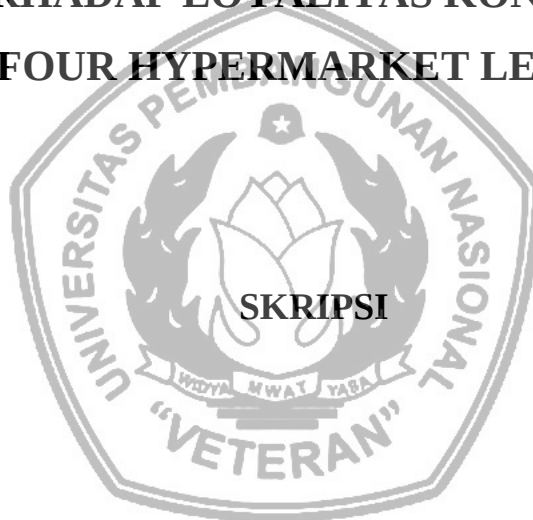




**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

**ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI KONSUMEN
PADA APLIKASI BAURAN PEMASARAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(CARREFOUR HYPERMARKET LEBAK BULUS)**



SKRIPSI

ANGRIYANI HUTAPEA

0910111045

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2013**



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA

**ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI KONSUMEN
PADA APLIKASI BAURAN PEMASARAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(CARREFOUR HYPERMARKET LEBAK BULUS)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

ANGRIYANI HUTAPEA

0910111045

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2013**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua

sumber baik yang dikutip maupun dirujuk

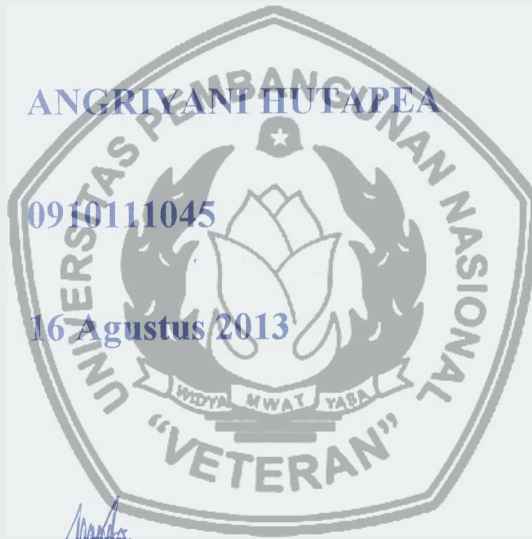
telah saya nyatakan dengan benar

Nama : ANGRIYANI HUTAPEA

NIM : 0910111045

Tanggal : 16 Agustus 2013

Tanda Tangan :



**ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI KONSUMEN PADA APLIKASI
BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(CARREFOUR HYPERMARKET LEBAK BULUS)**

**Oleh
ANGRIYANI HUTAPEA**

Abstract

This study aims to determine and prove the significant influence of the marketing mix (product, price, place and promotion) on consumer loyalty Carrefour Lebak fleeced. By using multiple regression analysis. Sample was taken from the students of UPN "VETERAN JAKARTA" because the object under study ever or often berebelanja in Carrefour Lebak Bulus so it deserves to be investigated. By using SPSS 21. This study used a sample of 130 respondents, 30 and 100 research trials. The results showed that the product, price, place and promotion have strong relationships and positive impact on customer loyalty. The results achieved in this study is expected to be a material consideration for the company's progress and useful for writers as well as those reading this paper.

Keyword : Product , Price , Place, Promotion and Consumer Loyalty

**ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI KONSUMEN PADA APLIKASI
BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(CARREFOUR HYPERMARKET LEBAK BULUS)**

**Oleh
ANGRIYANI HUTAPEA**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh signifikan bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap loyalitas konsumen Carrefour Lebak bulus. Dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Sampel yang dilakukan diambil dari mahasiswa- mahasiswi UPN “ VETERAN JAKARTA” karena objek yang diteliti pernah atau sering berebelanja di Carrefour Lebak Bulus sehingga patut untuk diteliti. Dengan menggunakan SPSS 21. Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 130 responden, 30 uji coba dan 100 penelitian. Hasil penelitian menunjukan bahwa produk, harga, tempat dan promosi memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap loyalitas konsumen. Hasil yang dicapai dalam penelitian ini diharapkan jadi bahan pertimbangan untuk kemajuan perusahaan dan bermanfaat bagi penulis maupun yang membaca penulisan ini.

Kata Kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Loyalitas Konsumen

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ANGRIYANI HUTAPEA
NIM : 0910111045
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : S1 Manajemen Pemasaran
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

"ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI KONSUMEN PADA APLIKASI BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN" (CARREFOUR HYPERMARKET LEBAK BULUS)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 16 Agustus 2013

Yang menyatakan,



(ANGRIYANI HUTAPEA)



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

**ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI KONSUMEN
PADA APLIKASI BAURAN PEMASARAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(CARREFOUR HYPERMARKET LEBAK BULUS)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

ANGRIYANI HUTAPEA

0910111045

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2013**

SKRIPSI

ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI KONSUMEN PADA APLIKASI BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (CARREFOUR HYPERMARKET LEBAK BULUS)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ANGGRIYANI HUTAPEA

0910111045

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal: 04 September 2013

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing

(Suharyati, SE, MM)

Jakarta,.....2013

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi S1 Manajemen

(Drs. Nurmatias, MM)



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Sekretariat : Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450. Telp. 7656971, 7692856 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom.upnvj.ac.id

**BERITA ACARA KOMPREHENSIF (SKRIPSI)
SEMESTER GENAP T.A 2012/2013**

Hari ini Rabu, tanggal 04 September 2013, telah dilaksanakan Ujian **Komprehensif (Skripsi)** bagi mahasiswa:

Nama Mahasiswa : **Anggriyani H.**

No. Pokok : 0910.111.045

Program : **S-1 MANAJEMEN (REGULER)**

Dengan Judul Skripsi Sebagai Berikut :

"ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI KONSUMEN PADA APLIKASI BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (HYPERMARKET LEBAR BULUS) "

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / Tidak Lulus *

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda tangan
1.	Tati Handayani, SE, MM	Ketua	1.
2.	Diana Triwardhani, SE, MM	Anggota I	2.
3.	Suharyati, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 04 September 2013

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprog. S-1 Manajemen


Drs. Nurmatias, MM

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

*“Dan apa saja yang kamu minta dalam doa dengan penuh kepercayaan, kamu akan menerimanya”
(Matius 21 : 22)*

“Ora et Labora (Berdoa dan Bekerja)”



Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk Tuhan Yesus, kedua orang tua, kakak serta para sahabat yang telah mendukung dan membantu dengan tulus hingga terselesaikannya skripsi ini.

PRAKATA

Puji dan syukur Penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala kasih dan berkat yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI KONSUMEN PADA APLIKASI BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN” (CARREFOUR HYPERMARKET LEBAK BULUS)**. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan kelulusan yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program studi Manajemen Keuangan, Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta. Penulis menyadari bahwa studi yang dilakukan masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan-keterbatasan yang ada. Namun demikian, Penulis percaya bahwa hal ini tidak mengurangi arti dari penelitian yang telah dilakukan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, kepada:

1. Dr Koesnadi Kardi, M.Sc, RCDS, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Dra. Erna Hernawati, CPMT, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Drs. Nurmatias, MM, selaku Ketua Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Suharyati, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, perhatian, dan bimbingan serta arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Diana Triwardani, SE, MM dan Tati Handayani, SE, MM, selaku Dosen Penguji dalam penelitian ini.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan dalam proses belajar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Mama dan Papa tersayang, my sister Dian Novita Hutapea dan my brother William Hutapea. Terima kasih atas doa yang tulus, kasih sayang, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat – sahabat tercinta : Pasha (Neo Ippatsumaru), Ayu Estrianingrum, Desyiana Manurung, Yohana Sari Pratiwi Marpaung, Windayani yang telah memberikan dukungan, semangat, suka-duka, pengalaman, kebersamaan dan semua keceriaan yang sangat berarti.
9. Teman – teman seperjuangan manajemen 2009. atas kebersamaan dan semangat berjuang selama kuliah. Semoga sukses dimana pun teman-teman berada.
10. Seluruh staf Dikjar Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta khususnya Bp. Daniel. Terima kasih atas segala bantuan yang sangat berharga selama proses kuliah hingga skripsi.
11. Staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, terimakasih atas segala bantuan dalam memberikan referensi teori dan jurnal yang sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi.
12. Last but not least, terima kasih pada semua teman-teman dan pihak-pihak yang tidak sempat disebut namanya, yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa studi ini belum sempurna. Karena itu, masukan dari berbagai pihak sangat Penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 16 Agustus 2013

Angriyani Hutapea

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jakarta pada tanggal 09 Juni 1991 dari Ayah Togar.Hutapea dan Ibu Dorta. Siburian. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Tahun 2009 penulis lulus dari SMA PSKD 4. Tahun 2009 penulis melanjutkan studi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis memilih Fakultas Ekonomi dengan Program Studi S1-Manajemen. Dan mengambil konsentrasi manajemen pemasaran.



DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Pernyataan Orisinalitas	ii
Abstrak	iii
Pernyataan Persetujuan Publikasi	v
Halaman Judul	vi
Pengesahan	vii
Berita Acara Komprehensif	viii
Motto Dan Persembahan.....	ix
Prakata	x
Riwayat Hidup.....	xii
Daftar Isi	xiii
Daftar Tabel	xvii
Daftar Gambar	xviii
Daftar Lampiran	xix
 BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	4
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Hasil Penelitian Terdahulu	5
II.2 Landasan Teori	8
II.2.1 Pengertian Pemasaran	8
II.2.2 Ritel	9
II.2.3 Strategi 7R Dalam Retailing	10
II.2.4 Kendala Dalam Bisnis Ritel	12
II.2.5 Bauran Pemasaran Secara Ritel.....	13
II.2.6 Pasar Swalayan, atau toko serba ada dibagi dalam jenis :	14

II.2.7	Pengertian Persepsi	16
II.2.8	Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi.....	17
II.2.9	Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi	17
II.2.10	Pengertian, dan Klasifikasi Produk	18
II.2.11	Klasifikasi Produk	18
II.2.12	Pengertian, Karakteristik dan Klasifikasi Jasa	19
II.2.13	Loyalitas Konsumen.....	21
II.2.14	Perilaku Konsumen dan Kepuasan Konsumen.....	21
II.2.15	Kepuasan Konsumen	23
II.3	Pengembangan Hipotesis.....	24
II.4	Kerangka Pemikiran	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

III.1	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	28
III.1.1	Definisi Operasional	28
III.1.2	Pengukuran Variabel	29
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	30
III.2.1	Populasi	30
III.2.2	Sampel	30
III.3	Metode Pengumpulan Data	31
III.3.1	Jenis Data	31
III.3.2	Sumber Data	31
III.3.3	Pengumpulan Data	32
III.4	Metode Analisis dan Uji Hipotesis	32
III.4.1	Metode Analisis	32
III.4.1.1	Uji Validitas	33
III.4.1.2	Uji Reliabilitas	33
III.4.1.3	Kisi-Kisi Instrumen	35
III.4.1.4	Metode Analisis Regresi Linear Berganda	36
III.4.1.4.1	Uji Multikolinieritas	37

III.4.1.4.2	Uji Autokorelasi	37
III.4.1.4.3	Uji Heteroskedastisitas	37
III.4.1.4.4	Uji Normalitas	37
III.4.2	Uji Hipotesis	38
III.4.2.1	Uji T	38
III.4.2.2	Uji F	38
III.4.2.3	Koefisien Determinan (R^2)	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	42
IV.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	42
IV.1.2	Profil Perusahaan	44
IV.1.3	Visi dan Misi	44
IV.1.4	Produk Perusahaan	45
IV.1.5	Penghargaan	47
IV.1.6	Komitmen Perusahaan	47
IV.2.	Deskripsi Data Penelitian	48
IV.2.1	Data Responden	48
IV.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	49
IV.2.2.1	Uji Validitas	49
IV.2.2.2	Uji Reliabilitas	53
IV.2.2.3	Analisis Korelasi	54
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	56
IV.3.1	Analisis Asumsi Klasik	56
IV.3.1.1	Uji Multikolinieritas	56
IV.3.1.2	Uji Autokorelasi	57
IV.3.1.3	Uji Heteroskedastisitas	58
IV.3.1.4	Uji Normalitas	59
IV.3.2	Analisis Regresi Linear Berganda	61
IV.3.3	Pengujian Hipotesis	63
IV.3.3.1	Uji Hipotesis Regresi Berganda	63
IV.3.3.1.1	Uji T	63

IV.3.3.1.2	Uji F	63
IV.3.3.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
IV.3.4	Pembahasan	65
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
V.1	SIMPULAN	68
V.2	SARAN	68
 DAFTAR PUSTAKA		70
DAFTAR LAMPIRAN		73



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel	29
Tabel 3.2 Alternative Jawaban Responden	32
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas berdasarkan nilai Alpha	34
Tabel 3.4 Kisi – kisi Instrumen	35
Tabel 4.1 Data Responden	48
Tabel 4.2 Case Processing Summary	49
Tabel 4.3 Item-Total Statistics	50
Tabel 4.4 Item-Total Statistics	50
Tabel 4.5 Item-Total Statistics	51
Tabel 4.6 Item-Total Statistics	52
Tabel 4.7 Item-Total Statistics	52
Tabel 4.8 Reliability Statistics	53
Tabel 4.9 Reliability Statistics	53
Tabel 4.10 Reliability Statistics	53
Tabel 4.11 Reliability Statistics	54
Tabel 4.12 Reliability Statistics	54
Tabel 4.13 Correlations	55
Tabel 4.14 Coefficients ^a	57
Tabel 4.15 Model Summary ^b	57
Tabel 4.16 Durbin Watson Test Bound	58
Tabel 4.17 Coefficients ^a	62
Tabel 4.18 Coefficients ^a	63
Tabel 4.19 ANOVA ^a	64
Tabel 4.20 Model Summary	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	3
Gambar 4.1 Logo Produk Carrefour	46
Gambar 4.2 Logo Paling Murah	46
Gambar 4.3 Logo Bluesky	47
Gambar 4.4 Logo Harmonie	47
Gambar 4.5 Komitemen Carrefour	48
Gambar 4.6	59
Gambar 4.7	61
Gambar 4.8	61

