



**PENGARUH SUASANA TOKO, KUALITAS PRODUK,
KUALITAS PELAYANAN, DAN BAURAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
GRAMEDIA CINERE**

SKRIPSI

ANISA MARTAGAMA

1310111012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2017**



**PENGARUH SUASANA TOKO, KUALITAS PRODUK,
KUALITAS PELAYANAN, DAN BAURAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
GRAMEDIA CINERE**

SKRIPSI

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

ANISA MARTAGAMA

1310111012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2017**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Anisa Martagama

NIM. : 1310111012

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 6 Juli 2017

Yang Menyatakan



Anisa Martagama

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anisa Martagama
NIM. : 1310111012
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Bauran Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Gramedia Cinere

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 : 6 Juli 2017

Yang Menyatakan,



Anisa Martagama


PENGESAHAN

PENGARUH SUASANA TOKO, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRAMEDIA CINERE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ANISA MARTAGAMA
1310111012

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 6 Juli 2017
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dra. Bernadin Dwi., M.M.
Ketua Penguji



Drs. Nobelson., M.M.
Penguji I (Pembimbing I)

Dr. Prasetyo Hadi., S.E., M.M., CFMP.
Dekan



Drs. Syarif Ali., M.Si.
Penguji II (Pembimbing II)



Wahyudi., S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 6 Juli 2017



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2016/2017

Hari ini Kamis , tanggal 06 Juli 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : ANISA MARTAGAMA

No.Pokok Mahasiswa : 1310111012

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

PENGARUH SUASANA TOKO, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRAMEDIA CINERE
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus. *)*

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Bernadin Dwi, MM	Ketua	1.
2	Drs. Nobelson, MM	Anggota I	2.
3	Drs. Syarif Ali, M.Si	Anggota II	3.

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
- ***) Dosen Pembimbing



Jakarta, 06 Juli 2017
Mengesahkan
An. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1
Wahyuni, SE, MM

Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Gamedia Cinere

Oleh

Anisa Martagama

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Bauran Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Gamedia Cinere. Dalam penelitian ini populasi dan sampel yang digunakan 100 responden pada Pelanggan Gamedia Cinere. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik penentuan sampel menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis Regresi Linier Berganda dengan program SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) suasana toko tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai Uji t sebesar 1.105. (2) kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai Uji t sebesar (-1.057). (3) kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai Uji t sebesar 13.939. (4) bauran promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai Uji t sebesar (-3.200) dan (5) suasana toko, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan bauran promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan Uji F sebesar (127.974).

Kata kunci : suasana toko, kualitas produk, kualitas pelayanan, bauran promosi, dan loyalitas pelanggan

***Effect of Store Atmosphere, Product Quality, Service Quality, and
Promotion Mix to Customer Loyalty
Gamedia Cinere***

By

Anisa Martagama

Abstract

This study was conducted to determine the effect of Store Atmosphere, Product Quality, Service Quality, and Promotion Mix to Customer Gamedia Cinere Loyalty. In this study population and sample used 100 respondents on Gamedia Cinere Customers. Data collection was done through questionnaires. Sampling technique using non probability sampling with purposive sampling technique. The analysis technique used is multiple linear regression analysis method with SPSS 22 program. The result of this research shows that (1) shop atmosphere has no significant influence to customer loyalty with test value of 1,105. (2) product quality does not have a significant influence on customer loyalty with test value of (-1.057). (3) the quality of service has a significant influence on customer loyalty with the value of Test t of 13,939. (4) promotion mix does not have a significant influence on customer loyalty with Test value of (-3,200) and (5) shop atmosphere, product quality, service quality, and promotion mix together have a significant influence on customer loyalty with Test F of (127.974).

Keywords : *store atmosphere, product quality, service quality, promotion mix, and customer loyalty*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul “Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gramedia Cinere”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Drs. Nobelson, M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Drs. Syarif Ali, M.Si. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terima kasih kepada ayah, ibu serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seseorang teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 6 Juli 2017

Anisa Martagama

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Penelitian Sebelumnya	7
II.2 Landasan Teori	10
II.2.1 Pasar dan Pemasaran	10
II.2.1.1 Definisi Pasar dan Pemasaran.....	10
II.2.2 Bisnis Ritel	11
II.2.2.1 Definisi Bisnis Ritel	11
II.2.2.2 Struktur Dasar Bisnis Ritel.....	12
II.2.2.3 Konsep Pemasaran Ritel.....	12
II.2.3 Suasana Toko.....	13
II.2.3.1 Definisi Suasana Toko.....	13
II.2.3.2 Penciptaan Suasana.....	14
II.2.4 Kualitas Produk	17
II.2.4.1 Definisi Kualitas Produk	17
II.2.4.3 Pengembangan Produk	18
II.2.5 Kualitas Pelayanan	19
II.2.5.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	19
II.2.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	19
II.2.6 Bauran Promosi	19
II.2.6.1 Definisi Promosi.....	19
II.2.6.2 Tujuan Strategi Promosi	20
II.2.6.3 Alat Promosi atau Bauran Promosi	21
II.2.7 Loyalitas Pelanggan.....	22
II.2.7.1 Definisi Loyalitas Pelanggan.....	22
II.2.7.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	22

II.2.7.3	Merancang dan Menciptakan Loyalitas.....	22
II.2.7.4	Mempertahankan Loyalitas	23
II.2.7.5	Mengukur Loyalitas Pelanggan	23
II.3	Kerangka Pemikiran	24
II.4	Pengembangan Hipotesis.....	24
II.4.1	Pengaruh Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan	24
II.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
II.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	25
II.4.4	Pengaruh Bauran Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
II.4.5	Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Bauran Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	26
BAB III	METODE PENELITIAN	27
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
III.1.1	Definisi Operasional	27
III.1.2	Pengukuran Variabel	28
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	28
III.2.1	Populasi	28
III.2.2	Sampel	29
III.3	Teknik Pengumpulan Data	30
III.3.1	Jenis Data.....	30
III.3.2	Sumber Data	30
III.3.3	Pengumpulan Data.....	30
III.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	31
III.4.1	Teknik Analisis.....	31
III.4.1.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	31
III.4.1.2	Uji Asumsi Klasik	32
III.4.2	Uji Hipotesis	34
III.4.2.1	Uji Signifikan Simultan (Uji F)	34
III.4.2.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	34
III.4.2.3	Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	35
III.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
III.5	Kerangka Model Penelitian	36
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
IV.1	Hasil Penelitian.....	38
IV.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	38
IV.1.2	Visi dan Misi Gramedia Cinere	40
IV.1.3	Operasional Gramedia Cinere	40
IV.1.4	Logo Gramedia Cinere	41
IV.2	Deskripsi Data Penelitian	42
IV.3	Teknik Analisis.....	46
IV.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
IV.3.1.1	Uji Validitas.....	46
IV.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	50
IV.4	Uji Asumsi Klasik	50
IV.4.1	Uji Normalitas	50
IV.4.2	Uji Multikorelasi	52

IV.4.3	Uji Linieritas.....	53
IV.5	Uji Hipotesis.....	55
IV.5.1	Uji Parsial (Uji T).....	55
IV.5.2	Uji Simultan (Uji F).....	56
IV.6	Model Regresi Berganda.....	56
IV.7	Uji Koefisien Determinasi.....	57
IV.8	Pembahasan.....	58
IV.9	Keterbatasan Penelitian.....	60
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	62
V.1	Simpulan.....	62
V.2	Saran.....	62
	DAFTAR PUSTAKA.....	64
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Top Brand Ritel Toko Buku Tahun 2013 s/d 2016.....	2
Tabel 2.	Jumlah Pengunjung Toko Buku Gramedia Cinere Periode 2013 s/d 2016	3
Tabel 3.	Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
Table 4.	Pengukuran Variabel	28
Tabel 5.	Skala Likert	30
Tabel 6.	Kisi-kisi Instrumen	31
Tabel 7.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	42
Tabel 8.	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan	42
Tabel 9.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	43
Tabel 10.	Rata-rata Jawaban Responden terhadap Variabel X1 (Suasana Toko) Gramedia Cinere	43
Tabel 11.	Rata-rata Jawaban Responden terhadap Variabel X2 (Kualitas Produk) Gramedia Cinere	44
Tabel 12.	Rata-rata Jawaban Responden terhadap Variabel X3 (Kualitas Pelayanan) Gramedia Cinere	44
Tabel 13.	Rata-rata Jawaban Responden terhadap Variabel X4 (Bauran Promosi) Gramedia Cinere	45
Tabel 14.	Rata-rata Jawaban Responden terhadap Variabel Y (Loyalitas Pelanggan) Gramedia Cinere	45
Tabel 15.	Data Responden.....	46
Tabel 16.	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Suasana Toko	47
Tabel 17.	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	47
Tabel 18.	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	48
Tabel 19.	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Bauran Promosi.....	49
Tabel 20.	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	49
Tabel 21.	Hasil Perhitungan Reliabilitas	50
Tabel 22.	Normality Kolmogorov-Smirnova	52
Tabel 23.	Hasil Uji Multikorelasi.....	52
Tabel 24.	Uji Linieritas Suasana Toko Dan Loyalitas Pelanggan.....	53
Tabel 25.	Uji Linieritas Kualitas Produk Dan Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 26.	Uji Linieritas Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan	54
Tabel 27.	Uji Linieritas Bauran Promosi Dan Loyalitas Pelanggan	54
Tabel 28.	Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik T)	55
Tabel 29.	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	56
Tabel 30.	Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Dasar Bisnis Ritel Jalur Distribusi Barang Dagangan	12
Gambar 2. Konsep Pemasaran Ritel	12
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4. Kerangka Model Penelitian	37
Gambar 5. Logo Gramedia	41
Gambar 6. Normalitas P-Plot	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Validitas dan Reliabilitas 30 Responden
- Lampiran 3. Hasil Perhitungan Uji Validitas SPSS 22
- Lampiran 4. Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas SPSS 22
- Lampiran 5. Data 100 Responden
- Lampiran 6. Hasil Perhitungan Uji Normalitas
- Lampiran 7. Hasil Perhitungan Uji Heterokedatisitas SPSS22
- Lampiran 8. Hasil Perhitungan Uji Multikorelasi SPSS22
- Lampiran 9. Hasil Perhitungan Uji Linieritas SPSS 22
- Lampiran 10. Tabel R
- Lampiran 11. Tabel t
- Lampiran 12. Tabel F
- Lampiran 13. Surat Keterangan Riset