

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PENYERTAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan).....	9
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>	10
2.1.3 Dimensi dan Indikator <i>Customer Loyalty</i>	10
2.2 Retail Mix (Bauran Ritel).....	11
2.2.1 Karakteristik <i>Retailing</i>	12
2.2.2 Fungsi <i>Retailing</i>	12
2.2.3 Elemen dan Indikator <i>Retail Mix</i>	12
2.3 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	14
2.3.1 Faktor-faktor yang mendorong <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.3.2 Dimensi dan Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.4 Penelitian Terdahulu	17
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	23
2.6 Hipotesis	26
2.7 Kerangka Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rencana Penelitian.....	28

3.2 Objek Penelitian.....	28
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel.....	28
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.5.1 Variabel Independent.....	29
3.5.2 Variabel Dependent.....	30
3.5.3 Variabel Intervening.....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1 Uji Validitas.....	34
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.7.3 Analisis Jalur.....	35
3.8 Uji t (Parsial).....	37
3.9 Analisis Koefisien Determinasi (r^2).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	39
4.1 Karakteristik Responden.....	39
4.2 Uji Validitas.....	41
4.3 Uji Reliabilitas.....	44
4.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	44
4.4.1 Analisis Jalur Tahap 1.....	45
4.4.2 Analisis Jalur Tahap 2.....	47
4.4.3 Analisis Jalur Tahap 1 dan 2.....	49
BAB V PEMBAHASAN.....	52
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
5.1.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X_1) terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	52
5.1.2 Pengaruh <i>Merchandise</i> (X_2) terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	52
5.1.3 Pengaruh <i>Customer Service</i> (X_3) terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	53
5.1.4 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X_1) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	53
5.1.5 Pengaruh <i>merchandise</i> (X_2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	54
5.1.6 Pengaruh <i>Customer Service</i> (X_3) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	54
5.1.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> (Z) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)..	55

5.1.8 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X_1) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) melalui <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	55
5.1.9 Pengaruh <i>Merchandise</i> (X_2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) melalui <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	56
5.1.10 Pengaruh <i>Customer Service</i> (X_3) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) melalui <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	56
5.2 Temuan Penelitian.....	57
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	57
BAB VI PENUTUP.....	58
6.1 Kesimpulan.....	58
6.2 Saran.....	59
6.3 Implikasi Penelitian.....	60
6.3.1 Implikasi Teoritis.....	60
6.3.2 Implikasi Praktis.....	60
DAFTAR REFERENSI.....	61
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Barang Dagangan Segmen Geografis	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	34
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	36
Tabel 4.1 Uji Validitas	41
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.3 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t <i>Store Atmosphere</i> , <i>Merchandise</i> dan <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	45
Tabel 4.4 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	45
Tabel 4.5 Nilai Koefisien Determinasi <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Customer</i> <i>Service</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	46
Tabel 4.6 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t <i>Store Atmosphere</i> , <i>Merchandise</i> dan <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	47
Tabel 4.7 Nilai Koefisien Determinasi <i>Store Atmosphere</i> , <i>Merchandise</i> dan <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	48
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Pengaruh	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan *retail* modern Indonesia.....1

Gambar 1.4 Penjualan Barang 2014-2018.....3

Gambar 1.5 Hasil Pra Survey kondisi gerai Matahari *Department Store*.....4

Gambar 1.6 Hasil Pra Survey *Merchandise* Matahari *Department Store*.....5

Gambar 1.7 Hasil Pra survey *Customer Service* Matahari *Department Store*.....6

Gambar 2.7 Kerangka Penelitian.....27

Gambar 3.7 Hubungan Kausal pada Sub-Struktur 1.....35

Gambar 3.8 Hubungan Kausal pada Sub-Struktur.....36

Gambar 3.9 Model Analisis Jalur.....36

Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....39

Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....39

Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan40

Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Intensi Pembelanjaan40

Gambar 4.5 Tahap 1 Analisis Jalur47

Gambar 4.6 Tahap 2 Analisis Jalur49

Gambar 4.7 Analisis Jalur Gabungan 1 dan 250