

PENGARUH ATRIBUT CITRA TOKO TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA TOKO POINT BREAK
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Skripsi S-1



OLEH:

HIOE STEVEN SANJAYA

3103008076

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2011

PENGARUH ATRIBUT CITRA TOKO TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA TOKO
POINT BREAK TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

SKRIPSI

Ini diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

HIOE STEVEN SANJAYA

3103008076

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH ATRIBUT CITRA TOKO TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA TOKO POINT BREAK
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Oleh:

HIOE STEVEN SANJAYA

3103008076

Telah disetujui dan Diterima Untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

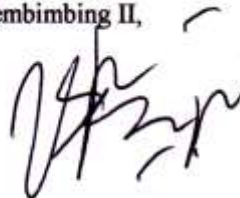
Pembimbing I,



Trisno Musanto, Drs. Ec

Tanggal: 17-01-12

Pembimbing II,



Veronika Rahmawati, SE. M.Si

Tanggal: 16 Jan 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: HIOE STEVEN SANJAYA, NRP: 3103008076
telah diuji pada tanggal 4 Februari 2012 dan dinyatakan lulus oleh:

Ketua Tim Penguji



Prof. Dr. H. Teman Koesmono, MM

NIK: 311.98.0359

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Chr. Whidya Utami, MM

NIK: 311.92.0185

Ketua Jurusan



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM

NIK: 311.89.0152

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HIOE STEVEN SANJAYA

NRP : 3103008076

Judul : Pengaruh Atribut Citra Toko Terhadap
Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai
Variabel *Intervening* Pada Toko Point Break
Tunjungan Plaza Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di *internet* atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Februari 2012

Yang Menyatakan,



(HIOE STEVEN)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberi perkenannanya dan selalu menyertai sehingga skripsi ini dapat selesai. Dia Allah yang selalu mencukupkan dalam segala sesuatu. Segala kemuliaan hanya bagi-NYA. Jehovah Jireh.
2. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Yulius Runtu, M.Si., selaku Sekretaris Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Ibu Elisabeth Supriharyanti, M.Si., SE selaku Skretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Bapak Trisno Musanto, Drs., Ec, selaku dosen pembimbing I jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

7. Ibu Veronika Rahmawati, SE. M.Si selaku dosen pembimbing II jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
8. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
9. Orang tua tercinta, dan saudara yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Pihak Manajemen Toko Point Break Tunjungan Plaza Surabaya.
11. Teman-teman kuliah. Kiranya pertemanan kita tetap bisa terjalin terus.
12. Ce Mayor, kepenilikan kita mulai dari pemasanya Ce Deb SoF 9, remasanya Christin SoF 19, remasanya Ce Wen SoF 41, pemasanya Ce Ria SoF 46, pemasanya Ios SoF 50, remasanya Tian SoF 56, *especially* SoF 12 (kalian adalah anak-anak muda dengan roh yang kuat dan radikal), dan seluruh teman-teman pelajar Gereja Mawar Sharon Pusat Soldier Of Faith, terima kasih buat support dan doanya.
13. Anak-anak futsal SoF: Febri, Alung, Hendra, Bryan, Tonny, Edward, Yosa, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu dalam memberikan doa, semangat, waktu, dan sebagainya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Salam Solidaritas
14. Serta semua pihak yang telah membantu selesainya skripsi ini dan selalu memberi dukungan.

Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang

Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Surabaya, Januari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR TABEL | vi |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |
| ABTRAK | x |
| ABSTRACT | xi |
| BAB 1: PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi | 8 |
| BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN | 10 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2 Landasan Teori | 13 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel | 33 |
| 2.4 Hipotesis | 37 |
| 2.5 Model Analisis | 38 |
| BAB 3: METODE PENELITIAN | 39 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 39 |
| 3.2 Identifikasi Variabel | 39 |
| 3.3 Definisi Operasional Variabel | 40 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 44 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data | 46 |
| 3.6 Jenis dan Sumber Data | 46 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| 3.7 Teknik Analisis Data | 47 |
| BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 57 |
| 4.1 Deskripsi Data | 57 |
| 4.2 Analisis Data | 64 |
| 4.3 Pembahasan | 79 |
| BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN | 85 |
| 5.1 Simpulan | 85 |
| 5.2 Saran | 87 |
| DAFTAR KEPUSTAKAAN | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| 2.1. Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini | 12 |
| 2.2. Atribut dan Dimensi <i>Servqual</i> | 21 |
| 3.1. Ukuran Kecocokan Mutlak | 52 |
| 3.2. Ukuran Kecocokan Inkremental | 53 |
| 3.3. Ukuran Kecocokan Parsimoni | 54 |
| 4.1. Karakteristik Responden | 57 |
| 4.2. Derajat Penilaian Setiap Variabel | 59 |
| 4.3. Statistik Deskripsi Variabel Atmosfer Toko | 59 |
| 4.4. Statistik Deskripsi Variabel Kualitas Layanan | 60 |
| 4.5. Statistik Deskripsi Variabel Penataan Barang Dagangan | 60 |
| 4.6. Statistik Deskripsi Variabel Kualitas Produk | 61 |
| 4.7. Statistik Deskripsi Variabel Harga | 62 |
| 4.8. Statistik Deskripsi Variabel Citra Toko | 62 |
| 4.9. Statistik Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan | 63 |
| 4.10. Statistik Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan | 64 |
| 4.11. Uji Validitas Variabel <i>Manifest</i> | 65 |
| 4.12. Uji Reliabilitas Variabel <i>Manifest</i> | 66 |
| 4.13. Uji Normalitas <i>Univariate</i> | 67 |
| 4.14. Uji Normalitas <i>Multivariate</i> | 68 |
| 4.15. Hasil Pengujian Validitas dengan nilai t statistik | 69 |
| 4.16. Reliabilitas Konstruk Citra Toko | 71 |
| 4.17. Reliabilitas Konstruk Kepuasan Pelanggan | 71 |
| 4.18. Reliabilitas Konstruk Loyalitas Pelanggan | 72 |
| 4.19. <i>Goodness of Fit Index</i> | 73 |

| | |
|--|----|
| 4.20. Hasil Uji Kecocokan Model Struktural | 76 |
| 4.21. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total antara Variabel Laten | 77 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| 2.1 Elemen-Elemen dari Atmosfer Toko | 17 |
| 2.2 Model Analisis | 38 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------|---|
| Lampiran 1 | Kuesioner Penelitian |
| Lampiran 2 | Hasil Pengisian Kuesioner Responden |
| Lampiran 3 | Uji Frekuensi dan Karakteristik Responden |
| Lampiran 4 | Uji Deskriptif Statistik |
| Lampiran 5 | Uji Validitas dengan korelasi <i>Pearson</i> |
| Lampiran 6 | Uji Reliabilitas dengan <i>Cronbach's Alpha</i> |
| Lampiran 7 | Uji Normalitas (SEM) |
| Lampiran 8 | Output Gambar (SEM) |
| Lampiran 9 | Output Output <i>Syntax</i> (SEM) |

ABSTRAK

Citra toko yang baik di benak konsumen merupakan ujung dari usaha untuk menanamkan citra yang bagus tentang toko yang bersangkutan di benak pelanggan. Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Atribut Citra Toko terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan sebagai variabel *intervening* pada toko Point Break di Tunjungan Plaza Surabaya. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Sedangkan, teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program *Linear Structural Relation* (Lisrel). Responden yang diambil berasal dari seluruh pelanggan toko Point Break yang ada di kota Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Atribut Citra Toko terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, dan terdapat pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan, serta Kepuasan Pelanggan merupakan variabel *intervening* antara Atribut Citra toko terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: Atribut Citra Toko, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan.

**THE EFFECT OF STORE IMAGE ATTRIBUTES FOR
CUSTOMER LOYALTY THROUGH THE SATISFACTION AS
AN INTERVENING VARIABLE IN POINT BREAK STORE
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

ABSTRACT

A good store image in the minds of consumers is the tip of an effort to instill a good image of the store is concerned in the minds of customers. The purpose of this study was to determine the effect of Store Image Attribute on customer loyalty through satisfaction as an intervening variable to Point Break store in Tunjungan Plaza Surabaya. The sampling technique used in this study is a non probability sampling. Meanwhile, the analysis technique is using Structural Equation Modeling (SEM) with Linear Structural Relation program. Respondents were taken from all Point Break store customers in the city of Surabaya. The results showed that there is influence of Store Image Attributes on Customer Loyalty and Satisfaction, and there is influence of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Customer Satisfaction is an intervening variable between store image attributes on Customer Loyalty.

Keywords: Store Image Attribute, Customer Loyalty and Satisfaction.