

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Pertanyaan Penelitian	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.5.1 Manfaat Teoritis	16
1.5.2 Manfaat Praktis	16
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	17
1.7 Sistematikan Penulisan	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1 Ritel	19
2.2 Ritel Modern	19
2.3 Hipermarket	21
2.4 Citra Toko	21
2.5 Atribut Citra Toko	22

2.5.1	Produk yang Dijual	23
2.5.2	Personil Toko	24
2.5.3	Atmosfer Toko	24
2.5.4	Lokasi Toko	25
2.5.5	Promosi Penjualan	25
2.6	Loyalitas Toko	26
2.7	Penelitian Terdahulu	27
2.8	Perumusan Hipotesis	31
2.8.1	Hubungan antara Produk yang Dijual dengan Loyalitas Toko	31
2.8.2	Hubungan antara Personil Toko dengan Loyalitas Toko	31
2.8.3	Hubungan antara Atmosfer Toko dengan Loyalitas Toko	32
2.8.4	Hubungan antara Lokasi Toko dengan Loyalitas Toko	32
2.8.5	Hubungan antara Promosi Penjualan dengan Loyalitas Toko	32
2.9	Model Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Definisi Operasional Variabel	35
3.2.1	Produk yang Dijual	35
3.2.2	Personil Toko	36
3.2.3	Atmosfer Toko	37
3.2.4	Lokasi Toko	38
3.2.5	Promosi Penjualan	39
3.2.6	Loyalitas Toko	40
3.3	Desain Pengambilan Sampel	41
3.3.1	Populasi dan Sampel	41
3.3.2	Metode Pengambilan Sampel	41
3.3.3	Unit Penyampelan	42
3.3.4	Ukuran Sampel	42

3.3.5 Lokasi Penelitian	42
3.4 Objek Penelitian	43
3.5 Metode Pengumpulan Data	43
3.6 Instrumen Penelitian	44
3.7 Uji Instrumen	44
3.7.1 Uji Validitas	44
3.7.2 Uji Reliabilitas	45
3.8 Uji Awal Instrumen Penelitian	46
3.8.1 Uji Reliabilitas dengan Sampel Kecil	46
3.8.2 Uji Validitas dengan Sampel Kecil	47
3.9 Metode Analisis Data	49
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	50
a. Uji Normalitas	50
b. Uji Multikolinearitas	50
3.9.3 Pengujian Hipotesis	51
3.9.4 Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit Model</i>)	52
a. Koefisien Determinasi	53
b. Uji Statistik F	53
c. Uji Statistik T	54
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	56
4.2 Hasil Uji Validitas	60
4.3 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	63
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	63
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	64
4.5 Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden Penelitian	64

4.5.1 Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Seluruh Responden Penelitian	65
4.5.2 Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden Transmart Carrefour	68
4.5.3 Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden Hypermart	71
4.5.4 Perbandingan Nilai Rata-rata Jawaban Responden Transmart Carrefour dan Hypermart	74
4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	75
4.7 Hasil Uji Hipotesis	76
4.7.1 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Regresi Linear Berganda H_{a1}	76
4.7.2 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Regresi Linear Berganda H_{a2}	77
4.7.3 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Regresi Linear Berganda H_{a3}	78
4.7.4 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Regresi Linear Berganda H_{a4}	78
4.7.5 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Regresi Linear Berganda H_{a5}	79
4.8 Pembahasan	80
4.8.1 Pengaruh Variabel Lokasi Toko pada Variabel Loyalitas Toko	80
4.8.2 Pengaruh Variabel Promosi Penjualan pada Variabel Loyalitas Toko	83
4.8.3 Pengaruh Variabel Atmosfer Toko pada Variabel Loyalitas Toko	87
4.8.4 Pengaruh Variabel Produk yang Dijual pada Variabel Loyalitas Toko	89
4.8.5 Pengaruh Variabel Personil Toko pada Variabel Loyalitas Toko	93
BAB V KESIMPULAN	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Implikasi	98
5.2.1 Implikasi Teoritis	98
5.2.2 Implikasi Praktis	98
5.3 Keterbatasan Penelitian	101
5.4 Saran untuk Penelitian Berikutnya	101
DAFTAR PUSTAKA	103



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT CITRA TOKO PADA LOYALITAS TOKO STUDI PADA TRANSMART
CARREFOUR DAN
HYPERMART**

ASTRI ANGGANA B, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

LAMPIRAN 107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori Hipermarket	5
Tabel 1.2 Rencana Pendirian Gerai Baru Transmart Carrefour tahun 2017	6
Tabel 1.3 Lokasi Gerai Transmart Carrefour di Indonesia	7
Tabel 1.4 Lokasi Gerai Hypermart di Indonesia	10
Tabel 2.1 Jenis Usaha Ritel Modern di Indonesia	20
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Indikator dan <i>Item</i> Pertanyaan Variabel Produk yang Dijual	36
Tabel 3.2 Indikator dan <i>Item</i> Pertanyaan Variabel Personil Toko	37
Tabel 3.3 Indikator dan <i>Item</i> Pertanyaan Variabel Atmosfer Toko	38
Tabel 3.4 Indikator dan <i>Item</i> Pertanyaan Variabel Lokasi Toko	39
Tabel 3.5 Indikator dan <i>Item</i> Pertanyaan Variabel Promosi Penjualan	40
Tabel 3.6 Indikator dan <i>Item</i> Pertanyaan Variabel Loyalitas Toko	41
Tabel 3.7 Hasil Pengujian Reliabilitas dengan Sampel Kecil	47
Tabel 3.8 Hasil Analisis KMO-MSA dan <i>Barlett's Test of Sphercity</i> Sampel Kecil	47
Tabel 3.9 <i>Rotated Component Matrix</i> Sampel Kecil	48
Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	57
Tabel 4.2 Frekuensi Berbelanja dalam 3 Bulan Terakhir	58
Tabel 4.3 Biaya dalam Sekali Berbelanja	58
Tabel 4.4 Lokasi Berbelanja Responden	59
Tabel 4.5 Hasil KMO-MSA dan <i>Barlett's Test of Sphercity</i>	60
Tabel 4.6 Hasil Analisis <i>Rotated Component Matrix</i>	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Seluruh Responden Penelitian	65

Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden Transmart Carrefour	68
Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden Hypermart	71
Tabel 4.13 Perbandingan Nilai Rata-rata Jawaban Responden Transmart Carrefour dan Hypermart	74
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.15 Anova Regresi Linear Berganda	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	33
Gambar 4.1 Tampilan Kuesioner Penelitian	55
Gambar 4.2 Hasil Analisis Penelitian	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	111
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	113
Lampiran 3.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk yang Dijual	113
Lampiran 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Personil Toko	113
Lampiran 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Atmosfer Toko	114
Lampiran 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi Toko	114
Lampiran 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan	115
Lampiran 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Toko	115
Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	116
Lampiran 4.1 Hasil Uji Normalitas Regresi Linear Berganda	116
Lampiran 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas Regresi Linear Berganda	116
Lampiran 4.3 Hasil Uji F Regresi Linear Berganda	117
Lampiran 4.4 Hasil Uji T Regresi Linear Berganda	117
Lampiran 4.5 Hasil Uji Koefisien Korelasi Regresi Linear Berganda	117