



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**PENGARUH FAKTOR HARGA, LOKASI, DAN PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
SWALAYAN BERKAH PADANG**

Oleh :

IRVAN AMIRAL RUSDI
05952001

Mahasiswa Program S-1 Jurusan Manajemen

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2011**



No. Alumni Universitas :

IRVAN AMIRAL RUSDI

No. Alumni Fakultas :

a). Tempat / Tgl Lahir : Padang / 10 April 1987 b). Nama Orang Tua : Drs. Rusdi, MS c). Fakultas : Ekonomi d). Jurusan : Manajemen e). No.Bp: 05 952 001 f). Tgl Lulus :26 Januari 2011 g). Predikat Lulus : Memuaskan h). IPK : 3,09 i). Lama Studi : 5 tahun 5 bulan j). Alamat Orang Tua : Komp. Andalas Makmur A/21

PENGARUH FAKTOR HARGA, LOKASI, DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SWALAYAN BERKAH PADANG

Skripsi SI Oleh: Irvan Amiral Rusdi, Pembimbing: Drs. Irsyal Ali, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor harga, lokasi, dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada swalayan berkah Padang. Indikator harga ditinjau dari tingkat harga, potongan harga, penetapan harga promosi dan lokasi ditinjau dari tempat yang mudah dijangkau, terletak dalam arus bisnis, tingkat persaingan kecil sementara pelayanan ditinjau dari keramahan, kecepatan, kenyamanan. Sedangkan loyalitas konsumen ditinjau dari pembelian ulang secara teratur, memberikan referensi kepada orang lain, dan sikap positif terhadap swalayan. Populasi penelitian adalah seluruh pembeli atau konsumen di swalayan berkah pada bulan Desember 2010, dan sample diambil dengan menggunakan metode aksidental sampling. Metode riset untuk pengujian hipotesis menggunakan pola hubungan pengaruh. Mengoperasionalkan variabel dengan instrument kuesioner sebanyak 100 responden. Setelah data terkumpul kemudian diolah dengan analisis regresi linear berganda menggunakan program spss versi 15.0. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa harga, lokasi dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada swalayan berkah baik secara parsial dan simultan atau bersama-sama.

Keyword: Harga, Lokasi, Pelayanan, Loyalitas Konsumen

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 26 Januari 2011.

Abstrak ini telah disetujui oleh:

	Pembimbing :	Penguji:	Penguji :
Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Drs. Irsyal Ali, M.Si	Dra. Yanti, MM.	Dra. Toti Srimulyati, MT

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen : Dr. Harif Anali Rivai, SE, M.Si
Nip. 197102211997011001

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas / Universitas dan mendapat Nomor Alumnus :

		Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas :		Nama :	Tanda Tangan :
No. Alumni Universitas :		Nama :	Tanda Tangan :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis ritel pada akhir-akhir ini di kota Padang semakin berkembang. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya para pengusaha yang melakukan investasi di bidang tersebut. Bisnis ritel menjadi pilihan yang sangat tepat dalam kondisi saat sekarang. Karena dewasa ini banyak masyarakat yang mengadopsi gaya hidup yang modern dan mengutamakan kenyamanan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan hariannya. Semakin dekatnya toko ritel dengan kawasan pemukiman penduduk serta dengan harga yang terjangkau, pilihan barang yang bervariasi, hal ini jelas memberikan solusi bagi masyarakat yang semakin sibuk, dan tidak ada waktu untuk berbelanja di tempat yang jauh dari kediaman mereka.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan ritel agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen, di mana kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau pedagang dengan bermacam atribut seperti harga, produk, pelayanan maupun lokasi yang strategis.

Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus merupakan misi utama bagi sebuah Swalayan dimana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi banyak perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Promosi akan kualitas jasa serta produk yang

ditawarkan dengan harga murah didukung fasilitas juga menjadi modal utama untuk menarik minat konsumen. Konsumen dalam berbelanja juga mempertimbangkan dan memilih lokasi yang akan dikunjungi. Lokasi yang strategis dan tepat akan lebih menguntungkan karena sebagai konsumen akan lebih menyukai tempat yang mudah dijangkau yang secara tidak langsung akan mempengaruhi minat konsumen untuk berkunjung. Swastha (2001:187) mengemukakan bahwa "lokasi (place) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen". Harga adalah variabel penuh resiko untuk dijadikan dasar dalam mengembangkan program pemasaran tetapi beberapa pengecer bekerja baik dan harga sebagai salah satu daya tarik mereka (Engel, Blacwell, Miniard : 1995 :259). Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepemilikan apapun produksi layanan bisa berhubungan dengan promosi fisik maupun tidak (Simamora, 2001 :172).

Berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan saat ini diikuti juga munculnya tempat-tempat perbelanjaan modern yang salah satunya di Swalayan Berkah yang tepatnya berada di Jl. Gajah Mada no.18 yang ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Misalnya, kelengkapan barang, produk-produk pilihan, kebersihan, kenyamanan, harga, dan kualitas. Semua faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen seperti harga, lokasi, dan pelayanan tentang Swalayan Berkah belum tentu dapat menciptakan loyalitas bagi pelanggannya secara optimal, sehingga perlu dievaluasi kembali beserta seberapa besar pengaruhnya terhadap para pelanggan. Sedangkan untuk promosi dan produk

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian setelah diolah dengan menggunakan alat analisis yang digunakan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga (X_1), Lokasi (X_2), dan Pelayanan (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Pada Swalayan Berkah secara parsial dan simultan atau bersama-sama.
2. 77.6% dari variasi variabel dependent Loyalitas Konsumen Pada Swalayan Berkah yang dapat dijelaskan oleh variabel Harga (X_1), Lokasi (X_2), dan Pelayanan (X_3) sedangkan sisanya sebesar 0.224 atau 22.4% dijelaskan oleh Variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Pada penelitian ini ternyata variabel Pelayanan (X_3) yang merupakan variabel yang paling dominan / besar pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen (Y), kemudian selanjutnya dipengaruhi oleh Harga (X_1), dan kemudian faktor Lokasi (X_2), dimana untuk menentukan mana yang paling dominan dilihat dari nilai koefisien regresi yang dimiliki masing-masing variabel.

5.2 Saran

Agar swalayan Berkah dapat mempertahankan keberadaannya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dewasa ini, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Niti Semito. 1993. *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Arikunto, S., 1996. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Basu Swastha dan Irawan. 2001. *Manajemen Berdasarkan Analisis Perilaku Konsumen*. Liberty. Yogyakarta.
- Berman, Barry, & Evans, Joel R. 2001. *Retail Management : A Strategic Approach*. (8th edition). Upper Saddle River : Prentice Hall Intl, Inc
- Bilson Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia.
- Bollen, William H. 1993. *Contemporary retailing*. (2nd edition). New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Buchari Alma. 1998. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Christina Whidya Utami. 2006. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Salemba empat, Jakarta.
- Davidson, William R. 1998. *Retailing management*. 6th edition. Ohio : John Willey and Sons.
- Eka Sapta Mareta, Edo Victorio, 2008. *Pengaruh Retail Mix Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Department Store Di Tunjungan Plaza Surabaya*. Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Gilbert , David. 2003. *Retail Marketing management*. (Second Edition), England : Prentice Hall.
- Imam Ghozali. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- James F. Engel, Roger D. Blacwell, Paul W. Miniard. 1995. *Perilaku Ekonomi*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Mardalis. 2006. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksana
- Nugroho J, setiadi. 2003. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia.