



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA TOKO DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA
TOKO RETAIL (STUDI KASUS DI INDOMARET
TAMBAKROMO)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

Ferry Firman Maulana

NIM : 201711312

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2023



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA TOKO DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA
TOKO RETAIL (STUDI KASUS DI INDOMARET
TAMBAKROMO)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

FERRY FIRMAN MAULANA

201711312

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA TOKO DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO RETAIL (STUDI KASUS DI
INDOMARET TAMBAKROMO)**

Nama : Ferry Firman Maulana
NIM : 201711312
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2023

**Mengetahui,
Ketua Program Studi**



(Noor Indah Rahmawati, S.E.,M.M.)
NIDN.0024037701

Pembimbing I



(Dr. Supriyono, S.E.,M.M.)
NIDN.0614037104

**Mengetahui,
Dekan**



(Dr. Kertati Samekar, S.E.,M.M.)
NIDN.0616077304

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E.,M.M.,CFP)
NIDN.0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”

(QS. Al Baqarah, 284)

“Sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia”

HR.Ahmad

Persembahan :

1. Kedua orangtua yang saya cintai
2. Keluarga tercinta

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Toko, dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Toko Retail (Studi Kasus di Indomaret Tambakromo)”** dengan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akademis dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada berbagai pihak, yang terhormat kepada :

1. Prof. Dr. Ir.Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr.Kertati Sumekar,S.E.,MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati,S.E.,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr.Supriyono,S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan, motivasi dan saran yang telah diberikan, semoga Tuhan selalu membalas dengan kebaikan dan keberkahan, Aamiin.

5. Iwan Suroso,S.E.,M.M.,CFP. selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan, motivasi dan saran yang telah diberikan, semoga Tuhan selalu membalas dengan kebaikan dan keberkahan, Aamiin.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Keluarga besar saya, khususnya orangtua saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan secara moral maupun moril.
8. Sahabat serta orang terdekatku yang selalu memberikan dukungan, dorongan, bantuan, semangat, dan motivasi.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan tambahan kepada para pembaca.

Kudus, 2023
Penulis

Ferry Firman Maulana
201711312

ABSTRAKSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA TOKO, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO RETAIL (STUDI KASUS DI INDOMARET TAMBAKROMO)

**FERRY FIRMAN MAULANA
NIM. 2017-11-312**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, S.E., M.M.
2. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra toko dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan, serta tiga variabel eksogen, yaitu kualitas pelayanan, citra toko dan promosi penjualan. Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan sampel penelitian dalam penelitian sebesar 120 responden dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, citra toko dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Indomaret Tambakromo.

Kata kunci: kualitas pelayanan, citra toko, promosi penjualan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, SHOP IMAGE, AND SALES PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AT RETAIL STORES (CASE STUDY IN INDOMARET TAMBAKROMO)

FERRY FIRMAN MAULANA

NIM. 2017-11-312

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, S.E., M.M.
2. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT**

This study aims to analyze the effect of service quality, store image and sales promotion on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. This study uses two endogenous variables, namely customer loyalty and customer satisfaction, and three exogenous variables, namely service quality, store image and sales promotion. In this study data collection using the questionnaire method. While the research sample in the study amounted to 120 respondents with a purposive sampling technique. Data analysis used (SEM) Structural Equation Modeling which was operated through the AMOS program. The results showed that service quality, store image and sales promotion had a positive and significant effect on customer loyalty and customer satisfaction. Customer satisfaction also has a positive and significant impact on customer loyalty at Indomaret Tambakromo

Keywords: service quality, store image, sales promotion, customer loyalty and customer satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang lingkup	7
1.3 Perumusan masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Loyalitas pelanggan.....	11
2.1.1 Pengertian Loyalitas pelanggan.....	11
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas pelanggan	12
2.1.3 Indikator Loyalitas pelanggan.....	14

2.2	Kepuasan Pelanggan	16
2.2.1	Definisi Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2.2	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2.3	Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2.4	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	19
2.3	Kualitas Pelayanan	20
2.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	20
2.3.2	Indikator Kualitas Layanan / Jasa.....	22
2.4	Citra Toko	25
2.4.1	Pengertian Citra Toko.....	25
2.4.2	Indikator Citra Toko	26
2.5	Promosi Penjualan	27
2.5.1	Pengertian Promosi Penjualan.....	27
2.5.2	Indikator Promosi Penjualan	28
2.6	Pengaruh Antar Variabel.....	30
2.6.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.6.2	Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.6.3	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan..	31
2.6.4	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas pelanggan	31
2.6.5	Pengaruh Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.6.6	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas pelanggan ...	32
2.6.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan	32
2.7	Tinjauan Penelitian Terdahulu	33

2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.9	Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Rancangan Penelitian.....	38
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
3.2.1	Variabel Penelitian	39
3.2.2	Definisi Operasional	39
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.3.1	Jenis Data	43
3.3.2	Sumber Data.....	44
3.4	Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1	Populasi Penelitian	45
3.4.2	Sampel Penelitian	46
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.5	Metode Pengumpulan Data	46
3.6	Uji Instrumen.....	47
3.6.1	Uji Validitas.....	47
3.6.2	Uji Reliabilitas	48
3.6.3	Uji Normalitas	49
3.7	Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		58
2.1	Gambaran Perusahaan.....	58
2.2	Penyajian Data.....	60

2.3	Analisis Data	65
4.3.1	Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen dan Endogen	65
4.3.2	Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi Full Model.....	71
4.3.3	Uji Outlier	72
2.4	Analisis Konfirmatory Full Model	75
2.5	Hasil Penelitian.....	77
2.6	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	81
4.6.1	Analisis Pengaruh Langsung Antar Variabel Laten	82
4.6.2	Analisis Pengaruh Tidak Langsung antar Variabel Laten	82
2.7	Pembahasan.....	83
4.7.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .	83
4.7.2	Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan	84
4.7.3	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	84
4.7.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan ..	86
4.7.5	Pengaruh Citra Toko Terhadap Loyalitas pelanggan	86
4.7.6	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas pelanggan ...	87
4.7.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan	88
4.7.8	Pengaruh Kepuasan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	88
4.7.9	Pengaruh Citra Toko terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	89
4.7.10	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Uji <i>Goodness Of Fit</i>	56
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan usia	61
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	62
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Citra Toko	62
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Promosi Penjualan.....	63
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	64
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas pelanggan.....	65
Tabel 4.8 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen	66
Tabel 4.9 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen.....	68
Tabel 4.10 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan Model.....	70
Tabel 4.11 Uji Normalitas Data.....	72
Tabel 4.12 <i>Mahalanobis d-Squared</i>	73
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Contruct Reliability dan Variance Extracted</i>	74
Tabel 4.14 Uji Full Model <i>Goodness Of Fit SEM</i>	76
Tabel 4.15 Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	77
Tabel 4.16 Tabel <i>Regression Weight</i>	78
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis	78
Tabel 4.18 Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	82
Tabel 4.19 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten.....	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia	1
Gambar 1.2 Jumlah Gerai Toko-Toko di Indonesia	3
Gambar 1.3 Kunjungan Toko Indomaret Tambakromo	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis	36
Gambar 4.1 Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model.....	66
Gambar 4.2 Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model.....	67
Gambar 4.3 Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model	69
Gambar 4.4 Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen	71
Gambar 4.5 Hasil Uji Full Model <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	75