

TESIS

**PENGARUH *RETAIL MARKETING MIX* TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN  
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi pada *Minimarket* Alfamart di Yogyakarta)**



ALFA SANTOSO BUDIWIDJOJO PUTRA

No. Mhs: 115001555/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2012



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

---

**PENGESAHAN TESIS**

Nama : Alfa Santoso Budiwidjojo Putra  
Nomor Mahasiswa : 115001555/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh *Retail Marketing Mix* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada *Minimarket* Alfamart di Yogyakarta)

<b>Nama Pembimbing</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Tanda Tangan</b>
Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D.	19/9/2012	



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

### PENGESAHAN TESIS

Nama : Alfa Santoso Budiwidjojo Putra  
Nomor Mahasiswa : 115001555/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh *Retail Marketing Mix* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada *Minimarket* Alfamart di Yogyakarta)

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D. (Ketua/Penguji/Pembimbing Utama)	18/9 2012	
Drs. C. Jarot Priyogutomo, M.B.A. (Anggota/Penguji/CoPembimbing)	18/9 2012	
Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. (Anggota/Penguji)	20/9 2012	

Ketua Program Studi  
Pamawa Putranta, M.B.A., Ph.D.


## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

**PENGARUH *RETAIL MARKETING MIX* TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi pada *Minimarket* Alfamart di Yogyakarta)**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini dalam catatan perut/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari tesis ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 September 2012



Alfa Santoso Budiwidjojo Putra













## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN INTISARI .....	v
HALAMAN ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR DIAGRAM.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Kontribusi Penelitian.....	4
1.5. Batasan Penelitian .....	5
1.6. Sistematika Penulisan .....	6

## **BAB II STUDI PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

2.1	Landasan Teori.....	8
2.1.1	Bauran Pemasaran Ritel ( <i>Retail Marketing Mix</i> ).....	8
2.1.2	<i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> .....	19
2.1.3	Kepuasan.....	19
2.1.4	Loyalitas.....	20
2.1.5	Penciptaan Nilai Menuju Loyalitas.....	22
2.2	Hubungan Antar Variabel.....	22
2.2.1	Pengaruh <i>Retail marketing mix</i> terhadap Loyalitas Konsumen.....	22
2.2.2	Kepuasan Konsumen sebagai variabel moderasi di dalam model Penelitian.....	23
2.3	Penelitian Terdahulu.....	24
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	30
2.5	Diagram Skematis Kerangka Teoritis.....	31

## **BAB III METODA PENELITIAN**

3.1	Data.....	32
a.	Data Sekunder.....	32
b.	Data Primer.....	32
3.2.	Diagram Skematis Desain Penelitian.....	33
3.3	Gambaran Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
3.3.1	Populasi dan Sampel.....	33

a. Populasi.....	33
b. Sampel.....	34
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	34
3.5 Model Statistik dan Uji Hipotesis .....	35
3.5.1 Metode Pengujian Instrumen .....	35
a. Uji Validitas .....	35
b. Uji Reliabilitas .....	35
3.5.2 Analisis Data .....	36
a. Descriptive Analysis .....	36
b. Regresi Linier Berganda .....	36
c. Uji Interaksi .....	38
3.6 Definisi Operasional.....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	50
a. Uji Validitas .....	50
b. Uji Reliabilitas .....	52
4.2 Profil Responden.....	53
a. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
b. Frekuensi Responden Berdasarkan Umur .....	55
c. Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
d. Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir ...	57
4.3 Analisis Regresi .....	57

4.3.1 Analisis Regresi Berganda.....	58
4.3.2 Analisis Regresi Moderasian.....	65
4.4 Pembahasan dan Diskusi.....	75
4.5 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	83

## **BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL**

5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Implikasi Manajerial.....	88
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

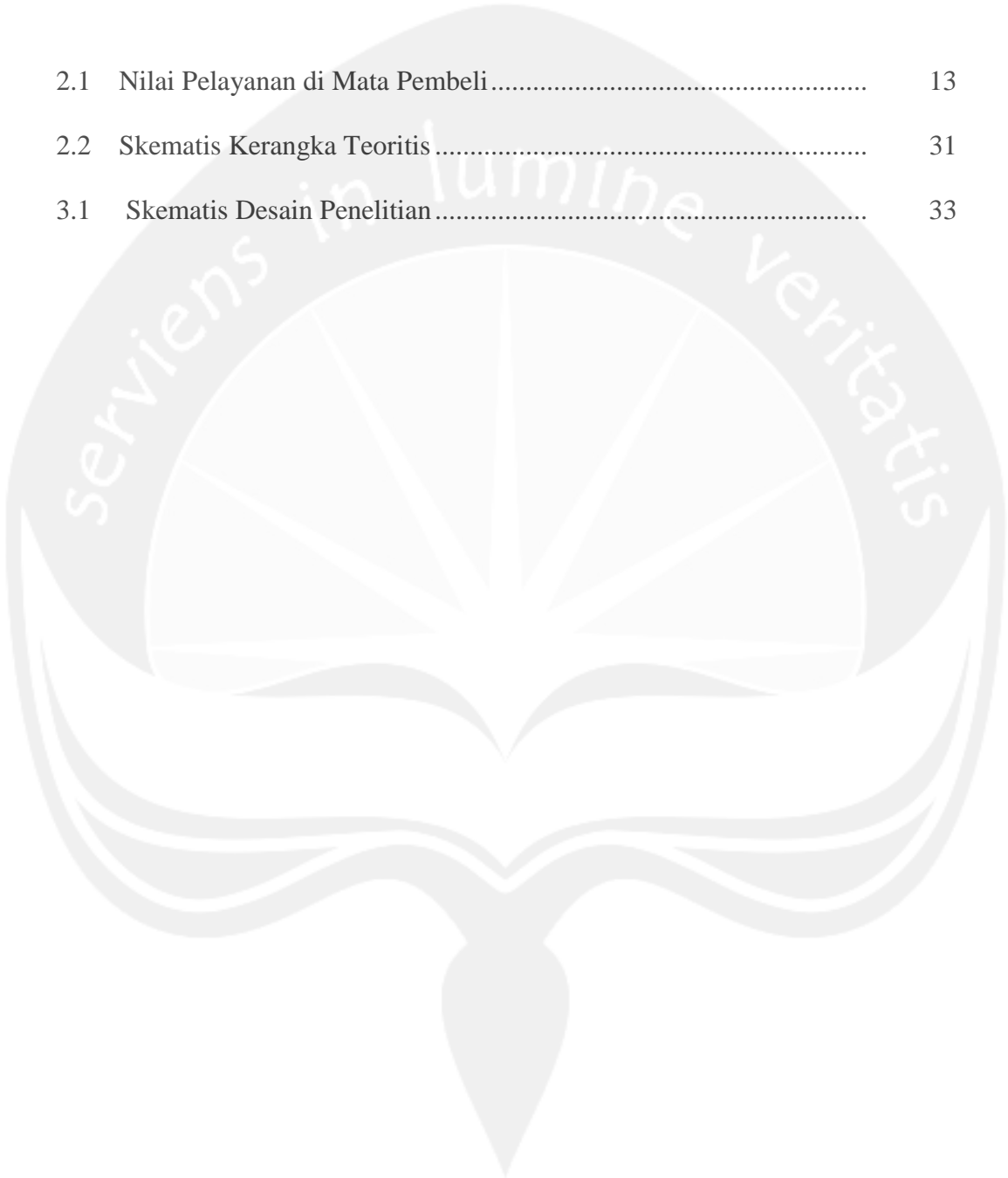
2.1	<i>Platform</i> Komunikasi Elemen <i>Promotional Mix</i> .....	15
2.2	Penelitian Terdahulu.....	25
3.1	Daftar Variabel.....	41
4.1	Sampel dan Tingkat Pengembalian.....	49
4.2	Ringkasan Hasil Uji Validitas.....	51
4.3	Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas.....	52
4.4	Hubungan <i>Retail Marketing Mix</i> -Loyaltas Konsumen.....	60
4.5	Hasil Analisis Regresi Berisi Efek Utama.....	66
4.6	Hasil Analisis Moderasi <i>Merchandise X Customer Satisfaction</i> .....	68
4.7	Hasil Analisis Moderasi <i>Pricing X Customer Satisfaction</i> .....	69
4.8	Hasil Analisis Moderasi <i>Location X Customer Satisfaction</i> .....	70
4.9	Hasil Analisis Moderasi <i>Retail Service X Customer Satisfaction</i> ....	71
4.10	Hasil Analisis Moderasi <i>Promotion X Customer Satisfaction</i> .....	72
4.11	Hasil Analisis Moderasi <i>Store Atmosphere X Customer Satisfaction</i> ....	74

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Penciptaan Nilai Menuju Loyalitas .....	22
4.1	Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4.2	Frekuensi Responden Berdasarkan Umur.....	55
4.3	Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4.4	Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir ....	57

## DAFTAR DIAGRAM

2.1	Nilai Pelayanan di Mata Pembeli.....	13
2.2	Skematis Kerangka Teoritis.....	31
3.1	Skematis Desain Penelitian.....	33





## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Kuesioner
2. Lampiran Data Responden
3. Lampiran Analisis Validitas dan Reliabilitas
4. Lampiran Analisis Deskriptif
5. Lampiran Analisis Regresi Berganda
6. Lampiran Analisis Regresi Moderasian