

**PENGARUH PRODUK MEREK TOKO TERHADAP CITRA  
RITEL DAN LOYALITAS KONSUMEN STUDI PADA  
HYPERMARKET CARREFOUR**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Tingkat Sarjana Ekonomi (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Erik Simanjaya**

**NPM: 10 03 18433**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2014**

**PENGARUH PRODUK MEREK TOKO TERHADAP CITRA RITEL  
DAN LOYALITAS KONSUMEN STUDI PADA *HYPERMARKET*  
CARREFOUR**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Disusun Oleh:**

**Erik Simanjaya**

**NPM : 10 03 18433**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2014**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PRODUK MEREK TOKO TERHADAP CITRA RITEL  
DAN LOYALITAS KONSUMEN STUDI PADA *HYPERMARKET*  
CARREFOUR**

**Disusun Oleh:**

**Erik Simanjaya**

**NPM : 10 03 18433**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**MF. Shellyana Junaedi, Dr., M.Si.**

**12 Agustus 2014**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PRODUK MEREK TOKO TERHADAP CITRA RITEL DAN  
LOYALITAS KONSUMEN STUDI PADA *HYPERMARKET* CARREFOUR**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh :**

**Erik Simanjaya**

**NPM : 100318433**

**Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 8 oktober 2014  
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat**

**Sarjana Ekonomi (S1) pada program studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



**M.F. Shellyana Junaedi, Dr., M.Si.**

**Anggota Panitia Penguji**



**Drs. Ign. Sukirno, MS.**



**Drs. C, Jarot Priyugotomo.,MBA.**

**Yogyakarta, 8 Oktober 2014**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Drs. Budi Suprpto, MBA, Ph.D.**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH PRODUK MEREK TOKO TERHADAP CITRA RITEL DAN LOYALITAS KONSUMEN STUDI PADA *HYPERMARKET* CARREFOUR**

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

Yogyakarta, 12 Agustus 2014

Yang menyatakan,



**Erik Simanjaya**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis penjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan kerja keras, semangat dan pantang menyerah demi mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu memperoleh dukungan dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai Oleh sebab itu, dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Bapa yang sudah memberikan saya kekuatan dan cinta kasihnya yang tidak pernah berhenti. Dimana setiap harinya menuntun, merawat, dan memberikan saya ketenangan melalui seluruh orang yang berinteraksi dengan saya.
2. Ibu Debora Wintriarsi H., SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Shellyana Junaedi selaku Dosen Pembimbing yang sudah mau memberikan waktu terbaiknya untuk kami mahasiswa bimbingannya, memberikan arahan, tuntunan, dan cara pandang baru.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran kepada saya khususnya dosen-dosen marketing.
5. Papa, Mama, dan dua kakak saya yang tercinta. Terima kasih atas doa dan semangatnya, buat papa yang setiap kali berdoa untuk kesuksesan saya dan memberikan semangat, untuk mama yang selalu perhatian dan memberi dukungan serta doanya, dan untuk dua kakak saya yang selalu memberikan semangat tiada henti.

6. Achin. Pacar yang selalu menemani saya dalam setiap perjuangan selama kuliah 4 tahun ini dan selalu memberikan dukungan, doa yang tiada henti-hentinya. Semoga kebersamaan ini akan selalu berlanjut hingga pada hubungan yang lebih serius, Amin.
7. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan dukungan dan saran selama perkuliahan ini, Indra Lesmana, Karyadi, Juned, Vivi, Vinny, Aries, dll. Terima kasih untuk semuanya.
8. Teman seperjuangan, yang sering menemani saya untuk bimbingan skripsi, Yohan, Kak dwi, Surya, Marini, Kathrine, Wulandari, dan Anin.
9. Dan terakhir untuk teman-teman, sahabat seperjuangan dalam unit kegiatan bulutangkis, Mario, Dyas, Henock, Nuel, Givan, Surya, dll. Kalian semua adalah teman bermain bulutangkis yang top sangat selama ini. Thank you very much.

Sekalipun skripsi ini ditulis dengan semaksimal mungkin oleh penulis, namun skripsi ini belumlah sempurna, besar harapan penulis agar pembaca mau memberikan kritik dan saran yang membangun sehingga riset serupa dimasa depan bisa semakin berkembang dan menghasilkan yang terbaik bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 12 Agustus 2014

Penulis,  
Erik Simanjaya

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL dan PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>10</b>
2.1. Merek.....	11
2.1.1. Citra Merek.....	11
2.1.2. Produk Merek Toko.....	12
2.2. Ritel.....	20
2.2.1. Citra Ritel.....	21
2.3. Loyalitas Konsumen.....	22
2.4. Kerangka Pikir dan Pengembangan Hipotesis.....	23
2.4.1. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>



3.1.	Lingkup Penelitian.....	26
3.2.	Sumber Data.....	26
3.3.	Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.5.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	30
	3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.6.	Metode Analisis Data.....	31
	3.6.1. Analisis Faktor.....	31
	3.6.2. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	32
	3.6.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
4.1.	Pembentukan Dimensi Utama Dari Citra Produk Merek Toko.....	39
4.2.	Pembentukan Dimensi Utama Dari Citra Ritel.....	41
4.3.	Pengujian Instrumen.....	44
4.4.	Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	44
4.5.	Pengaruh Dimensi Nilai Produk Terhadap Dimensi Nilai Ritel.....	47
4.6.	Pengaruh Citra Persediaan Produk Terhadap Citra Persediaan Ritel.....	48
4.7.	Pengaruh Citra Harga Produk Terhadap Citra Harga Ritel.....	50
4.8.	Pengaruh Citra Harga Produk, Citra Persediaan Produk, dan Citra Nilai Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Ritel.....	51
4.9.	Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	54
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>56</b>
5.1.	Kesimpulan.....	56
5.2.	Implikasi Manajerial.....	57
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	58
5.4.	Saran.....	59

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 3.2	Kriteria Indek Koefisien CronbachAlpha	31
Tabel 4.1	Tabel Dimensi Citra Produk Merek Toko.	40
Tabel 4.2	Tabel Dimensi Citra Ritel.	42
Tabel 4.3	Tabel Uji validitas dan Reliabilitas.	45
Tabel 4.4	Tabel Distribusi Karakteristik Demografi Responden.	46
Tabel 4.5.	Tabel Uji Signifikansi Pengaruh Citra Nilai Produk Terhadap Citra Nilai Ritel.	47
Tabel 4.6.	Tabel Uji Signifikansi Pengaruh Citra Persediaan Produk Terhadap Citra Persediaan Ritel.	48
Tabel 4.7.	Tabel Uji Signifikansi Pengaruh Citra Harga Produk Terhadap Citra Harga Ritel.	49
Tabel 4.8.	Tabel Uji Signifikansi Citra Harga Produk, Citra Persediaan Produk, dan Citra Nilai Produk Terhadap Loyalitas Konsumen pada Ritel.	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.

23



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Uji Faktor
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Hasil Distribusi Karakteristik Demografi Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji Regresi



# **PENGARUH PRODUK MEREK TOKO TERHADAP CITRA RITEL DAN LOYALITAS KONSUMEN STUDI PADA *HYPERMARKET* CARREFOUR**

**Disusun Oleh:  
Erik Simanjaya  
NPM : 10 03 18433**

**Dosen Pembimbing  
MF. Shellyana Junaedi, Dr., M.Si.  
Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari citra produk merek Carrefour pada citra ritel Carrefour dalam meningkatkan citranya di hadapan para konsumen, yang dapat dianalisis dari tiga dimensi utama yaitu dimensi nilai, dimensi persediaan, dan dimensi harga. Serta, menganalisis pengaruh dari citra produk merek Carrefour pada loyalitas konsumen terhadap Carrefour.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian mahasiswa di Yogyakarta yang mampu memberikan data yang dibutuhkan oleh penulis sebanyak 200 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner, dengan syarat bagi mahasiswa yang minimal pernah sekali membeli berbagai produk merek Carrefour.

Hasil pengujian dalam penelitian ini membuktikan bahwa citra produk merek toko (*private label*) berdasarkan dimensi nilai, dimensi persediaan, dan dimensi harga berpengaruh dalam meningkatkan citra ritel dan loyalitas konsumen terhadap ritel. Hal ini menunjukkan bahwa produk merek toko tidak hanya sekedar memberi keuntungan dari sisi nilai uang saja, tetapi juga memberikan kontribusi positif dalam membangun citra ritel dan loyalitas konsumen.

***Kata Kunci:*** Citra Produk Merek Toko, Citra Ritel, dan Loyalitas Konsumen,.