



**ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA RITEL GIANT HIPERMARKET
(STUDI KASUS: GIANT EKSTRA GATOT SUBROTO,
TANGERANG)**



BOB DYSANS

55112120060

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ritel Giant Hipermarket (Studi Kasus: Giant Ekstra Gatot Subroto, Tangerang)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Bob Dysans, S.T.


NIM : 55112120060

Program : Pasca Sarjana Magister Manajemen

Tanggal : 29 Agustus 2015

Mengesahkan

UNIVERSITAS Pembimbing Utama
MERCU BUANA


(Dr. Achmad Fachrodji)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen


(Prof. Dr. Didik J. Rachbini.)


(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ritel Giant Hipermarket (Studi Kasus: Giant Ekstra Gatot Subroto, Tangerang).

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Bob Dysans

NIM : 55112120060

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 29 Agustus 2015

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 29 Agustus 2015



Bob Dysans

KATA PENGANTAR

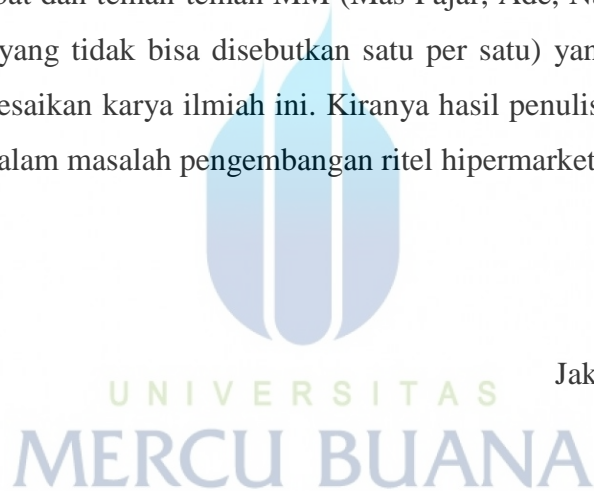
Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa serta segala rahmat dan anugrah-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ritel Giant Hipermarket (Studi Kasus: Giant Ekstra Gatot Subroto, Tangerang).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Achmad Fachrodji, selaku dosen pembimbing, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Augustina Kurniasih, ME dan Dr. Ir. Wilhelmus Hary Susilo, MM, IAI selaku penelaah proposal dan penguji sidang tesis.
3. Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

5. Seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
6. Bpk. Edi selaku Store Manager Giant Ekstra beserta segenap jajarannya, Bpk. Percy Marimba selaku Direktur *property & project* PT. Hero Supermarket, Tbk saat itu beserta segenap jajarannya yang telah membantu dan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Giant Ekstra Gatot Subroto Tangerang.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, saudara, sahabat dan teman-teman MM (Mas Fajar, Ade, Nathan, Astari, Anggita dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu) yang mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan ritel hipermarket di Indonesia.



Jakarta, 29 Agustus 2015

Bob Dysans

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	15
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN (GIANT HIPERMARKET)	
2.1 Sejarah Perusahaan	18
2.2 Lingkup dan Bidang Usaha	20
2.3 Tantangan Bisnis Perusahaan.....	24
2.4 Proses / Kegiatan Fungsi Bisnis Perusahaan	26
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	
3.1 Retailing	28

3.2 Harga	36
3.3 Lokasi	41
3.4 Pelayanan	46
3.5 Pengertian dan Model Kualitas Layanan	51
3.6 Kepuasan Pelanggan	54
3.7 Loyalitas Pelanggan	58
3.8 Penelitian Terdahulu	63
3.9 Kerangka Pemikiran	66
3.10 Hipotesis	67
BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1 Desain Penelitian	68
4.2 Variabel Penelitian	69
4.3 Definisi Operational dan Pengukuran Variabel	70
4.4 Jenis dan Sumber Data	74
4.5 Teknik Pengumpulan Data	75
4.6 Populasi dan Sampel	77
4.7 Metode Analisis Data	79
4.8 Analisis Korelasi Antar Dimensi	94
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden.....	96
5.2 Instrumen Penelitian.....	99
5.3 Uji Instrumen	100
5.4 Proses dan Hasil Analisis Data.....	108

5.5 Hasil Pengujian Hipotesis	114
5.6 Pembahasan	117
5.7 Matriks Korelasi antar Dimensi	119
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	123
6.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	130
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	180



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Grocery Retailers Brand Shares</i>	3
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Pelanggan Giant Ekstra Gatsu Tangerang	6
Tabel 1.3 Perilaku <i>Switching</i> Pelanggan Giant Ekstra Tangerang	7
Tabel 1.4 Daftar Keluhan Pelanggan Giant Ekstra Gatsu Tangerang	10
Tabel 3.1 Penelitian (Jurnal) Terdahulu	64
Tabel 4.1 Pengukuran Variabel dengan Skala Ordinal	72
Tabel 4.2 Jumlah Kunjungan Pelanggan Giant Ekstra Gatsu Tangerang	77
Tabel 4.3 Skala Likert	82
Tabel 4.4 <i>Goodness of Fit Index</i>	93
Tabel 4.5 Matriks Korelasi Antar Dimensi	95
Tabel 5.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	96
Tabel 5.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	97
Tabel 5.3 Karakteristik Responden berdasarkan Profesi	98
Tabel 5.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan per Bulan	98
Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas	101
Tabel 5.6 Kategori Reliabilitas Instrumen	102
Tabel 5.7 Hasil Uji Reliabilitas Harga	103
Tabel 5.8 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi	103
Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	104

Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	105
Tabel 5.11 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	105
Tabel 5.12 Data yang Dikeluarkan	106
Tabel 5.13 Uji Normalitas setelah Data Dibersihkan	108
Tabel 5.14 Hasil Goodness of fit model pengukuran	109
Tabel 5.15 <i>Modification Indices</i>	110
Tabel 5.16 Hasil Goodness of Fit setelah Modifikasi	113
Tabel 5.17 Hasil Pengujian Hipotesis	115
Tabel 5.18 Matrik Korelasi antar Dimensi Variabel X dengan Y	119
Tabel 5.19 Matrik Korelasi antar Dimensi Variabel Y dengan Z	120
Tabel 5.20 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	121



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penurunan Penjualan Giant Ekstra Tangerang	5
Gambar 1.2 Jumlah Keluhan Pelanggan Giant Ekstra Gatsu Tangerang	9
Gambar 2.1 Logo Hero Supermarket	21
Gambar 2.2 Logo Giant Ekstra	21
Gambar 2.3 Logo Giant Ekspres	22
Gambar 2.4 Logo Guardian <i>Health and Beauty</i>	22
Gambar 2.5 Logo Starmart	22
Gambar 2.6 Logo IKEA	23
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	66
Gambar 4.1 Desain Penelitian	68
Gambar 4.2 Diagram Alur Hubungan Variabel Harga, Lokasi, Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	85
Gambar 5.1 Kesesuaian Model	109
Gambar 5.2 Modifikasi Model	113

