ANALISIS PENGARUH DIMENSI CITRA *RETAILER* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Kasus Di Assalaam Hypermarket Pabelan Kartasura)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

MUHANI
B 100 070 187

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2010

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

"ANALISIS PENGARUH DIMENSI CITRA *RETAILER* TERHDAP KEPUASAN KONSUMEN"*(STUDI* PADA ASSALLAM HYPERMARKET PABELAN KARTASURA)

Disusun Oleh :

MUHANI
B 100 070 187

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Desember 2010

Pembimbing Utama

Imron Rosyadi, SE., M.Si

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Dr. Triyono., Msi.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	**MUHANI**
NIRM	:	**07.6.106.02016.50.187**
Jurusan	:	**MANAJEMEN**
Judul Skripsi	:	**ANALISIS PENGARUH DIMENSI CITRA**
	:	***RETAILER* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**
	:	**(Studi Pada Assalaam *Hypermarket***
	:	**Di Pabelan Kartasura)**
	:	

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **24 DESEMBER 2010**

Yang membuat pernyataan,

MUHANI

MOTTO

- **Sesungguhnya Kami Telah Menciptakan Manusia Dengan Sebaik-baik Bentuk. Kemudian Kami Kembalikan ia Ketempat Yang Seredah-rendahnya (neraka), Kecuali Orang Yang Beriman.**

(QS.at-Tin :4-5)

- **Janganlah kamu bersikap lemah, dan jangan (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.**

(QS.Ali Imran:139)

- **Ilmu pada hakikatnya adalah sesuatu yang bias membuat kita makin dekat kepada allah Swt.**

- **Katakanlah, tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing. Maka janganlah melihat orang lain.**

- **BERSABAR dalam menafakuri hikmah sakit dapat pula berarti bersabar menjalani proses sakit yang kita alami. salah satu hikmah sakit ialah gugurnya dosa bagaikan gugurnya daun-daun pepohonan.**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Allah swt yang memberikan kesehatan lahir dan batin

Keluargaku

Bapak yang penyabar

Ibuku yang selalu bekerja keras

Adekku yang jengkelin

Mas Agus yang selalu mendukungku

Almamaterku

ABSTRAKSI

Citra sebuah *retailer* merupakan hal yang akan selalu dilihat dan dipertimbangkan oleh konsumen dan atau calon konsumen sebelum mereka mengunjungi sebuah *retailer*. Citra yang diwakili oleh berbagai dimensi citra *retailer* akan menentukan dalam meraih konsumen dan membuat konsumen menjadi puas. Penelitian yang mengambil salah satu *retailer* di Kartasura ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi bagaimana pengaruh dari dimensi citra *retailer* terhadap tingkat kepuasan konsumen. Melalui indikasi dari para konsumen dan melihat dari beberapa citra yang melekat pada sebuah *retailer*, peneliti dapat menyimpulkan seberapa besar pengaruh variabel-variabel dimensi citra *retailer* terhadap kepuasan konsumen.

Metodologi penelitian yang digunakan meliputi *analisis regresi, uji t, uji F*. Ketiga alat analisis ini secara berturut-turut berfungsi untuk memprediksi, melihat pengaruh secara individu, melihat pengaruh secara serentak, dan mengetahui seberapa besar proporsi variabel-variabel independen dimensi citra *retaile*r terhadap variabel dependen kepuasan konsumen.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel-variabel dimensi citra *retailer* berpengaruh signifikan baik secara individu maupun serentak terhadap variabel kepuasan konsumen, dengan variabel dominan adalah variabel dimensi citra *retailer*. Selain itu, hasil analisis R^2 menunjukkan bahwa variabel-variabel dimensi citra *retailer* mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 55,6%.

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel dimensi citra *retailer* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, sebuah *retailer* harus mampu menciptakan, mempertahankan, dan bahkan meningkatkan kualitas citra *retailer* agar konsumen semakin puas.

Kata kunci: kepuasan konsumen, dimensi citra retailer

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum wr.Wb.

Alhamdulilah puji syukur kehadirat Allah SWT, yang dengan rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat berhasil menyusun serta menyelesaikan skripsi dengan judul : **"ANALISIS PENGARUH DIMENSI CITRA *RETAILER* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN" (STUDI PADA ASSALAAM *HYPERMARKET* DI PABELAN KARTASURA)**

Skripsi ini selesai atas dukungan, dorongan, semangat dan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupaun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Triyono., Msi. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imron Rosyadi, SE, Msi., selaku Pembimbing Akademik yang selama ini selalu memberikan arahan-arahan dengan sabar dan bijaksana sekaligus selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk mengoreksi dan memberikan pengarahan dengan sabar selama penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi manajemen atas bimbingannya dan bantuannya selama masih kuliah.

5. Semua pihak yang telah memberikan bantuan yang sangat berarti baik pemikiran, moril, dan materiil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang Tuaku Bapak dan Ibuku tercinta…Terima kasih atas semua do'a dan nasehat-nasehatnya.
7. Kedua saudara-saudariku yang setiap saat ngerepotin aku, Mas supri dan Adikku Imel yang selalu bantah kalau dinasehati???!!!
8. Sahabat- sahabat sejatiku kelas Ghe yang selalu menemaniku disaat suka dan duka : Ambroet (saatNya serius lho jangan maen2 teruz???!!) , Rheya (udah serius nich ma Cwo'e…hehE), Annisa (Maze selalu ngebantuin setiap saat yaw…) I luv you Girls !!
9. TemenQ yang udah ga' koz lagi Linda Ruwinda en DHona karan lha dikoz nggk ada temene… Idut juga yang lagi PKL di semarang sukses ya,.ga isa maen lagi ke koz ratih tapi masih isa ketemu di kampuz ya friend!!
10. Maz- Maznya kelas Ghe Wahyu urip (segera diresmikan e ya ndak kelamaen kan sama2 udah siap??), Hendra (lo uda punya cwe ga boleh tengok kanan kiri katane pengen awet pacarane!!), Dharma (klu temene mau bayar pulza di tunggu yang sabar kan ketemune ga tiap hari, ndak numpuk utange Ok,,,,), Topix (hmm jangan suka ngagetin orang donk..klo kaget beneran wah bahaya tuh..), Heri (Gunakan bahasa Indonesia dengan baik en bener biar jelas maksudnya, uda diajari ta ma ibu "Najma Thalia"), Hezi z (inget lu ya uda punya calon istri jadi uda ada tanggung jawab sekitar 50% X…), heru (kuliah

sambil jualan kain batik am temen jangan lupa kasih diskon??), Yudhi (oya dikurangi lebih baik buat kesehatan merokoknya haha..).

11. Temen sekelasQ Ayik en Adi ma didik yang belum ngerjakne skrpsi masih bisa semester depan kalian saling bantu biar cepat selesai, pasti jadi semangat klu bareng2.
12. Sobat SMAQ yang setia mendampingiku en kita masih sering ngupul asyik..(Indah kiat bisa wisuda bareng ye kan satu fakultas yup!!), (fey met menempuh hidup baru yach, ntar klu uda punya baby aku pasti maen tempatmu tunggu ye..??).
13. Buat saudar-saudaraku, tetanggaku semuanya yang selalu tanya kapan wisuda!!!! Ne aku buktikan alhamdulilah udah selesai kuliahku Amien,,,
14. Buat maz-maznya di copyan mandiri thank you, telah membantu dalam setiap aku foto copy buat kepentingan kuliahku selam ini yach.,.,
15. Temen-temen manajemen angkatan 2007 kelas A ampe G terima kasih pertemanan kita selama ini,.,.

Atas bantuan dan partisipasinya, penulis hanya dapat berdo'a semoga amal dan budi baik tersebut diatas akan mendapat pahala dari Allah SWT. Amien…

Penulis menyadari bahwa pembuatan skripsi jauh dari kesempurnaan oleh karena itu penulis menerima dengan terbuka jika ada saran dan kritik yang dapat menjadikan skripsi ini lebih baik lagi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Desember 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....i

HALAMAN PENGESAHAN.....ii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN iii

HALAMAN MOTTO iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

ABSTRAKSI vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR.....xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Perumusan Masalah 4

C. Tujuan Penelitian 5

D. Manfaat Penelitian 5

E. Sistematika Penulisan 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7

A. Manajemen *Retailing*..... 7

B. Lingkungan *Retailing*..... 9

C. Penggolongan *Retailing*.....10

D. *Hypermarket* 12

E. Citra *Retailing* 13
F. Pengaruh Citra Terhadap Perilaku Konsumen 19
G. Perilaku Konsumen 20
H. Kepuasan Konsumen 23
I. Penelitian Terdahulu 28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 29
A. Kerangka Pemikiran 29
B. Definisi Operasional Variabel 30
C. Hipotesis Penelitian 31
D. Populasi Sampel dan Sampling 31
E. Sumber Data 32
F. Metode Pengumpulan Data 32
G. Analisis Data dan Pengujian 33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 38
A. Gambaran Umum Tentang Assalaam *Hypermarket* 38
B. Karakteristik Responden 44
C. Pengujian validitas dan Reabilitas 46
D. Pengujian Multikolinearitas 49
E. Pengujian Hipotesis 50
F. Pembahasan 59
BAB V PENUTUP 60
A. Simpulan 60
B. Keterbatasan Penelitian 61

C. Saran.....61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 44

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan 44

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... 45

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan jenis pekerjaan 46

Tabel 4.5 Ringkasan Uji Validitas Kuesioner Dimensi Citra *Retailer* 47

Tabel 4.6 Ringkasan Uji Validitas Kuesioner Kepuasan Konsumen 47

Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner..... 48

Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Pengujian Multikolinearitas..... 49

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Regresi Berganda..... 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tipe Saluran Distribusi..... 8

Gambar 2.2 Model Efek Citra Terhadap Perilaku Konsumen Dan Kepuasan *Retail* 20

Gambar 2.3 Konsep Kepuasan Konsumen..... 25

Gambar 3.1 Kerangka Penelitian..... 29