

**PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI *GIANT* EKSTRA BANGKA TENGAH**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

NAMA : EKA SEPTY KURNIATI

NIM : 302 13 11 022

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS BANGKA
BELITUNG
2017**

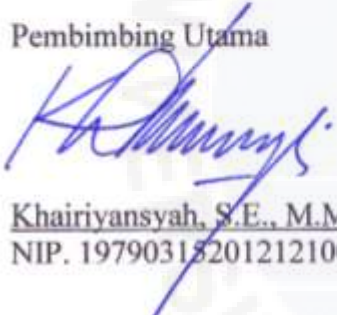


UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

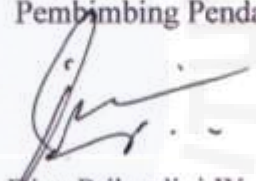
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Eka Septy Kurniati
NIM : 302 13 11 022
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh *Retailing Mix* Terhadap Loyalitas
Konsumen di *Giant* Ekstra Bangka Tengah"

Pembimbing Utama



Khairiyansyah, S.E., M.M
NIP. 197903182012121005

Pembimbing Pendamping


Dian Prihardini W, S.E., M.M
NIP. 198207222014042002

Balunijuk, 30 Mei 2017

Ketua Jurusan Manajemen


M. Tanggung, S.E., M.Si.
NIP. 196306051990031004

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DI *GIANT EKSTRA* BANGKA TENGAH**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh: **Eka Septy Kurniati**

Nomor Induk Mahasiswa: **3021311022**

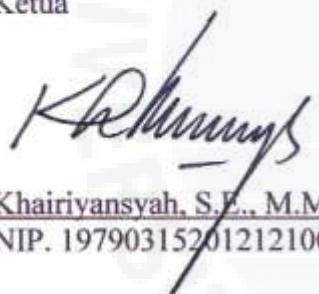
Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal 13 Juni 2017, dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

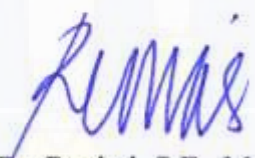
Tim Penguji

Ketua

Anggota

Anggota



Khairiyansyah, S.E., M.M
NIP. 197903152012121005


Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007



H. Sumar, S.E., M.M
NP. 506808015

Balunijuk, 05 Juli 2017
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomui
Jurusan Manajemen

Dekan


Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen


M. Tanggung, S.E., M.Si.
NIP.196306051990031004

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Retailing Mix* Terhadap Loyalitas Konsumen di *Giant* Ekstra Bangka Tengah”, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”.

Balunijuk, Juli 2017

Penulis



Eka Septy kurniati

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Jika kita bersungguh-sungguh dan berjalan dengan ridho-Nya, maka disetiap kesulitan akan ada kemudahan setelahnya, tidak ada rencana yang lebih baik dari rencana-Nya dan tidak ada kehendak yang lebih baik dari kehendak-Nya. Because Allah is the best planner"

"Ya Rabb, terimakasih untuk rezeki-Mu dan segala yang telah engkau berikan. Jadikan aku menjadi seseorang yang selalu bersyukur dan selalu cukup dengan apa yang diberi"

"Ibu Ayah ajari aku ikhlas, bagaimana memandang masa lalu demi tersenyumnya masa depanku untuk kalian"

"Bahagia keluargaku adalah bahagia ku juga. Dan dengan janji di hati ini, akan selalu ada usaha untuk membahagiakan kalian"

"Sahabat yang baik tak akan meninggalkanmu disaat susahmu, karena sahabat akan berbeda dengan teman. Sahabat bahkan akan merasakan kesedihanmu, dan terkadang meninggalkanmu disaat senangmu, bukan sedihmu"

"Pegang erat tanganku disaat susahku bahkan senangku, karena yang erat menggenggam takkan mudah melepaskan"

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

- ♥ Allah S.W.T yang maha esa yang selalu memberikan kemudahan disetiap kesulitanKu, dan yang selalu memberikan jalan terbaik bagi setiap umatnya.
- ♥ Kedua orang tuaku yang tidak pernah mengeluh untuk selalu memberikan dukungan serta motivasi untukku. Dan tidak pernah berhenti mendoakanku untuk menjadi seseorang yang lebih berguna dan lebih baik kedepannya. Terimakasih ayah dan emak telah menjadi penyemangat hidupku.
- ♥ Untuk adik-adikku Eliza, Elda, dan Elifa Bilqis Zahra yang selalu jadi penghibur disaat sedih dan letihku. Semoga kalian menjadi lebih sukses dari ayuk, bahagiakan ayah dan emak. Karena perjuangan ini juga untuk kalian.
- ♥ Untuk seluruh keluarga dan kerabat dekat yang selalu mendoakan yang terbaik.
- ♥ Almamater dan kampus tercinta yang selalu menjadi kebanggaan ku. Universitas Bangka Belitung, terkhusus Fakultas Ekonomi.
- ♥ Sahabat-sahabat tercinta (Sity dan Ayii), sahabat empat tahun terakhir (Yeyen dan Enny Dul), sahabat Crazy Woman (Ardila, Sukarni, Julia, dan Ukhti Lenny), serta sahabat tercinta lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terimakasih selalu memberikan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
- ♥ Teman-teman seperjuangan, terkhusus untuk Manajemen 1 Angkatan 2013. Terimakasih untuk dukungan serta motivasi selama ini, dan terimakasih untuk kebersamaan yang hampir empat tahun kita jalani selama ini. Kekompakan, kejahilan, serta kebersamaannya. Semoga kita menjadi orang-orang yang sukses. Aamiin ^_^
- ♥ Seseorang yang selalu menginspirasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini, dia yang selalu aku kagumi. Terimakasih untuk skripsi yang telah dipinjamkan selama hampir enam bulan terakhir.
- ♥ Seseorang yang aku semogakan Ferdiansyah (Apink). Semoga tetap jadi pendamping seterusnya. Terimakasih semangat dan kasih sayangnya.

ABSTRAK

Eka Septy Kurniati. 302 13 11 022. Pengaruh *Retailing Mix* Terhadap Loyalitas Konsumen di *Giant* Ekstra Bangka Tengah.

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa untuk mendapatkan konsumen yang loyal *Giant* Ekstra Bangka Tengah harus memberikan upaya serta strategi yang tepat dalam meningkatkan loyalitas seorang konsumen. Penerapan unsur-unsur *retailing mix* (produk, harga, lokasi, promosi, presentasi, dan personalia) yang tepat diharapkan dapat membangun komitmen dan pembentukan loyalitas konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 345 responden, menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik *non-probability sampling* menggunakan metode *accidental sampling*. Variabel bebas pada penelitian ini terdiri dari Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Presentasi dan Personalia sedangkan variabel terikatnya adalah Loyalitas Konsumen. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan uji t, uji F dan R^2 .

Hasil penelitian variabel independen produk (X_1) diperoleh $t_{hitung} (2,242) > t_{tabel} (1,9670)$, variabel harga (X_2) $t_{hitung} (0,373) < t_{tabel} (1,9670)$, variabel lokasi (X_3) $t_{hitung} (2,860) > t_{tabel} (1,9670)$, variabel promosi (X_4) $t_{hitung} (1,974) > t_{tabel} (1,9670)$, variabel presentasi (X_5) $t_{hitung} (3,030) > t_{tabel} (1,9670)$ dan variabel personalia (X_6) $t_{hitung} (3,937) > t_{tabel} (1,9670)$. Maka variabel produk (X_1), variabel lokasi (X_3), variabel promosi (X_4), variabel presentasi (X_5), variabel personalia (X_6) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel loyalitas konsumen dan variabel harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Nilai signifikansi adalah $0,000 < \alpha$ pada taraf signifikansi 0,05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti variabel *independen* (produk, harga, lokasi, promosi, presentasi dan personalia) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel *dependen* (loyalitas konsumen) secara positif dan signifikan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan *Adjusted R Square* 0,603 atau 60,3%, berarti variasi variabel loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, lokasi, promosi, presentasi dan personalia, sisanya 39,1% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian.

Kata kunci : *Retailing Mix* (Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Presentasi dan Personalia) dan Loyalitas Konsumen

The Influence of Retailing Mix on the Consumer Loyalty at Giant Ekstra of Central Bangka

Eka Septy Kurniati. 302 13 11 022

ABSTRACT

The background of this this research is based on the existing phenomenon which shows that to get loyal customers Giant Ekstra of Central Bangka should give appropriate efforts and strategies in improving a consumer loyalty. Applying the right elements of retailing mix (product, price, location, promotion, presentation, and personnel) is expected to be able to build commitment and the formation of consumer loyalty.

This is descriptive quantitative research with a total sampel of 345 repondents, using non-probability sampling technique with accidental sampling method. The independent variable of this research consisted of product, price, location, promotion, presentation, and personnel while dependent variable was cunsumer loyalty. The test of instrument used validity test and reliability test. While the data analysis method used multiple linear regressions analysis wit t test, F test and R².

The result of independent variable for product (X₁) is obtained t_{value} (2,242) > t_{table} (1,9670), variable of price (X₂) t_{value} (0,373) < t_{table} (1,9670), variable of location (X₃) t_{value} (2,860) > t_{table} (1,9670), variable of promotion (X₄) t_{value} (1,974) > t_{table} (1,9670) variable of presentation (X₅) t_{value} (3,030) > t_{table} (1,9670) and variable personnel (X₆) t_{value} (3,937) > t_{table} (1,9670). Thus variable for product (X₁, variable of location (X₃), variable of promotion (X₄), variable of presentation (X₅), and variable personnel (X₆) have significant influence partially on variable of consumer loyalty and variable of price (X₂) partially does not have significant influence. The significance value is 0,000 < alpha on the level of 0,05, thus H_a is accepted and H₀ is denied which means independent variable (product, price, location, promotion, presentation, and personnel) simultaneously influence dependent variable (consumer loyalty) positively and significantly. The test result of coefficient of determination (R²) indicated that Adjusted R Square is 0,603 or 60,3%, means that variation of variable of loyalty consumer can be explained by variable of product, price, location, promotion, presentation, and personnel, and the remaining is 39,1% can be explained by other variable out of the research.

Keywords: Retailing Mix (product, price, location, promotion, presentation, and personnel) and consumer loyalty

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji dan syukur penulis ucapkan dan panjatkan kepada Allah S.W.T atas semua rahmat dan karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada penulis dan kita semua. Shalawat serta salam selalu dilimpahkan kepada junjungan besar kita Nabi Muhammad S.A.W beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman, aamiin. Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat menempuh ujian sidang keserjanaan Program S-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, yang tiada lain disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi kebaikan dan kemajuan di masa mendatang serta untuk kepentingan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, baik berupa ilmu pengetahuan, dukungan moril maupun materil. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M** sebagai dosen pembimbing utama dan **Ibu Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M** sebagai dosen pembimbing pendamping, atas kesabaran dalam membimbing dan arahnya selama masa penyusunan skripsi. Selain itu juga penulis menyampaikan rasa hormat dan penghargaan serta ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya-kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si selaku Rektor Universitas Bangka Belitung
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung
3. Bapak M. Tanggung, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta staf di lingkungan Universitas Bangka Belitung terutama Fakultas Ekonomi
5. *Giant* Ekstra Bangka Tengah yang telah memberikan izin melakukan penelitian skripsi ini
6. Teman-teman seperjuangan khususnya Manajemen Angkatan 2013.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah pengetahuan kita semua.

Balunujuk, Juni 2017

Penulis,

Eka Septy Kurniati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Tinjauan Pustaka.....	16
2.1.1 Pemasaran.....	18
2.1.1.1. Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran Ritel (<i>Retailing Mix</i>).....	23

2.1.2.1. Karakteristik Dasar Ritel.....	25
2.1.2.2 Unsur Bauran Pemasaran Ritel (<i>Retailing Mix</i>).....	30
2.1.3 Loyalitas Konsumen	58
2.1.3.1 Definisi Loyalitas Konsumen.....	58
2.1.3.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	60
2.1.3.3 Konsep Loyalitas Konsumen	60
2.1.3.4 Jenis-jenis Loyalitas Konsumen.....	61
2.1.3.5 Tahapan Loyalitas Konsumen.....	62
2.1.3.6 Keuntungan-keuntungan Konsumen Yang Loyal.....	63
2.1.3.7 Dimensi Loyalitas Konsumen	64
2.2 Penelitian Terdahulu	64
2.3 Kerangka Pemikiran.....	66
2.3.1 Gambaran <i>Retailing Mix</i> dan Loyalitas Konsumen	67
2.3.2 Hubungan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	67
2.3.3 Hubungan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	68
2.3.4 Hubungan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen.....	69
2.3.5 Hubungan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen	70
2.3.6 Hubungan Presentasi Terhadap Loyalitas Konsumen	71
2.3.7 Hubungan Personalia Terhadap Loyalitas Konsumen.....	72
2.3.8 Hubungan <i>Retailing Mix</i> (Produk, Harga, Lokasi, Promosi Presentasi dan Personalia) Terhadap Loyalitas Konsumen	73
2.4 Hipotesis	75
BAB III METODE PENELITIAN	76
3.1 Pendekatan Penelitian	76
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	76

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	77
3.3.1 Definisi Operasional Variabel.....	77
3.3.2 Pengukuran Variabel.....	82
3.4 Populasi dan Sampel	82
3.4.1 Populasi	82
3.4.2 Sampel	83
3.5 Teknik Pengambilan Data	84
3.5.1 Jenis Data.....	84
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	85
3.6 Metode Analisis Data.....	86
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	86
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	87
3.6.2.1 Uji Validitas.....	87
3.6.2.2 Uji Reliabilitas.....	87
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	88
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	88
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	89
3.6.3.3 Uji Multikolinieritas.....	90
3.6.4 Analisis Regresi Berganda	90
3.6.5 Uji Hipotesis	91
3.6.5.1 Uji t	91
3.6.5.2 Uji F	92
3.6.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	93
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	94
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	94

4.1.1 Profil Singkat <i>Giant</i> Ekstra Bangka Tengah	94
4.1.2 Visi dan Misi <i>Giant</i> Ekstra Bangka Tengah.....	95
4.1.2.1 Visi	95
4.1.2.2 Misi.....	95
4.1.3 Struktur Organisasi <i>Giant</i> Ekstra Bangka Tengah	96
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian	99
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden.....	99
4.2.2 Hasil Statistik Deskriptif	101
4.3 Hasil Analisis Data	136
4.3.1 Uji Validitas.....	136
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	137
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	138
4.3.4 Hasil Uji Normalitas.....	142
4.3.5 Uji t.....	144
4.3.6 Uji F.....	147
4.3.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	148
4.4 Pembahasan	148
BAB V PENUTUP	163
5.1 Kesimpulan.....	163
5.2 Saran	164
DAFTAR PUSTAKA	167

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra Penelitian	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	64
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	79
Tabel 3.2	Kategori Skala	87
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	99
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	100
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	101
Tabel 4.4	Indikator Jenis Produk Yang Beragam.....	102
Tabel 4.5	Indikator Kelengkapan Produk.....	102
Tabel 4.6	Indikator Produk Pelengkap	103
Tabel 4.7	Indikator Produk Lain dari Produk Utama.....	103
Tabel 4.8	Indikator Macam-macam Merek Produk	104
Tabel 4.9	Indikator Karakteristik Produk.....	105
Tabel 4.10	Indikator Kualitas Produk	105
Tabel 4.11	Indikator Kesesuaian Produk dengan Kualitas.....	106
Tabel 4.12	Rata-rata Penilaian Konsumen Variabel Produk.....	107
Tabel 4.13	Indikator Harga Terjangkau	107
Tabel 4.14	Indikator Harga Sesuai dengan Produk.....	108
Tabel 4.15	Indikator Diskon Harga.....	109
Tabel 4.16	Indikator Diskon Khusus Event Tertentu.....	109
Tabel 4.17	Indikator Harga Lebih Murah	110
Tabel 4.18	Indikator Pemberian Potongan Harga Event Tertentu	111
Tabel 4.19	Rata-rata Penilaian Konsumen Variabel Harga	111

Tabel 4.20	Indikator Lalu Lintas Pejalan Kaki	112
Tabel 4.21	Indikator Lalu Lintas Kendaraan Umum	113
Tabel 4.22	Indikator Lokasi Yang Strategis dan Mudah Dijangkau	113
Tabel 4.23	Indikator Dapat Diakses Oleh Transportasi Umum	114
Tabel 4.24	Indikator Tempat Parkir Yang Nyaman dan Luas	114
Tabel 4.25	Indikator Tempat Parkir Yang Aman.....	115
Tabel 4.26	Rata-rata Penelitian Konsumen Variabel Lokasi	116
Tabel 4.27	Indikator Informasi Melalui Baliho Spanduk.....	116
Tabel 4.28	Indikator Informasi Melalui Katalog.....	117
Tabel 4.29	Indikator Melalui Diskon dan Potongan Harga	117
Tabel 4.30	Indikator Dengan Adanya Diskon.....	118
Tabel 4.31	Indikator Informasi Dari Teman	119
Tabel 4.32	Indikator Informasi Dari Keluarga.....	119
Tabel 4.33	Indikator Melalui Media Massa	120
Tabel 4.34	Indikator Melalui Televisi.....	120
Tabel 4.35	Rata-rata Penelitian Konsumen Variabel Promosi.....	121
Tabel 4.36	Indikator Lay Out Berdasarkan Kategori Barang	122
Tabel 4.37	Indikator Papan Penanda Barang Dagangan	122
Tabel 4.38	Indikator Desain Interior dan Eksterior Yang Menarik Perhatian Konsumen.....	123
Tabel 4.39	Indikator Penciptaan Suasana Yang Mempengaruhi Minat Konsumen.....	123
Tabel 4.40	Rata-rata Penelitian Konsumen Variabel Presentasi	124

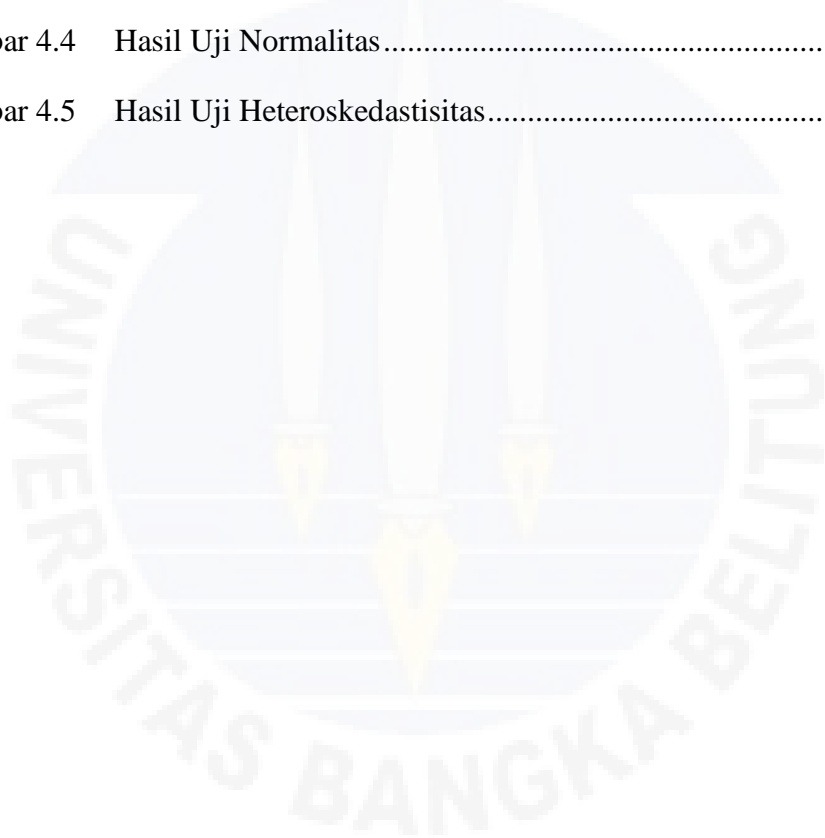
Tabel 4.41	Indikator Suasana Interior Yang Memiliki Daya Tarik	125
Tabel 4.42	Indikator Karyawan Berpenampilan Menarik.....	125
Tabel 4.43	Indikator Sikap Simpati Karyawan	126
Tabel 4.44	Indikator Melakukan Pelayanan Yang Memuaskan Konsumen	126
Tabel 4.45	Indikator Pelayanan Cepat Karyawan	127
Tabel 4.46	Indikator Karyawan Dapat Membantu Konsumen Dengan Cepat.....	128
Tabel 4.47	Indikator Karyawan Sopan Terhadap Konsumen	128
Tabel 4.48	Indikator Karyawan Memiliki Pengetahuan Yang Luas	129
Tabel 4.49	Indikator Karyawan Memperhatikan Konsumen	129
Tabel 4.50	Indikator Waktu Operasional Cocok Bagi Konsumen.....	130
Tabel 4.51	Rata-rata Penilaian Konsumen Variabel Personalia.....	131
Tabel 4.52	Indikator Melakukan Pembelian Berulang.....	132
Tabel 4.53	Indikator Melakukan Pembelian Lebih Banyak.....	132
Tabel 4.54	Indikator Merekomendasikan dan Memberikan Informasi Kepada Orang Lain	133
Tabel 4.55	Indikator Komitmen Membeli Kembali.....	133
Tabel 4.56	Indikator Komitmen Untuk Tidak Berpindah Ke Pesaing	134
Tabel 4.57	Rata-rata Penilaian Konsumen Variabel Loyalitas Konsumen	135
Tabel 4.58	Hasil Rekapitulasi Variabel Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Presentasi, Personalia dan Loyalitas Konsumen	135
Tabel 4.59	Hasil Uji Validitas.....	136
Tabel 4.60	Hasil Uji Reliabilitas	138
Tabel 4.61	Hasil Uji Multikolinearitas.....	140
Tabel 4.62	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	142
Tabel 4.63	Hasil Analisis Uji t.....	145

Tabel 4.64	Hasil Analisis Uji F.....	147
Tabel 4.65	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	148



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	66
Gambar 4.1	Struktur Organisasi <i>Giant</i> Ekstra Bangka Tengah	97
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	99
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	100
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	101
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas	139
Gambar 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	141



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian Lampiran
- 2 Tabulasi Jawaban Responden Lampiran
- 3 Hasil Karakteristik Responden Lampiran
- 4 Hasil Uji Deskriptif
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Berganda, Uji t, Uji F dan R^2
- Lampiran 9 Surat UPT Bahasa
- Lampiran 10 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 13 Dokumentasi Foto