

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh bauran ritel yang terdiri atas produk, harga, promosi, tempat, pelayanan, dan presentasi terhadap kepuasan pelanggan dan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret Puntodewo di Kota Malang.

Pada penelitian ini, sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan *probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik untuk pengumpulan data yaitu dengan metode survei dengan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

Analisis data menggunakan software *SmartPLS* versi 2.0. Data harus memenuhi asumsi-asumsi SEM-PLS terlebih dahulu sebelum dapat diuji lebih lanjut pada uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *outer model* maupun *inner model* dari teori-teori dan data yang telah diolah dapat digunakan untuk melakukan uji hipotesis.

Untuk memenuhi asumsi *outer model* dilakukan dengan pengujian unidimensionalitas, *discriminant validity*, *Average Variance Extracted* (AVE), *composite reliability*, dan *Cronbach's Alpha*. Sedangkan untuk memenuhi asumsi *inner model* dilakukan dengan pengujian *R-Square* (R^2), *Predictive Relevance* (Q^2), dan *Goodness of Fit* (GoF). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji signifikansi t-statistik dan metode Sobel untuk menganalisis variabel *intervening*.

Pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, dan presentasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan promosi dan pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada hipotesis kedua, produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan promosi, tempat, pelayanan, dan presentasi tidak berpengaruh secara signifikan. Pada hipotesis ketiga, kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian hipotesis keempat, kepuasan memiliki pengaruh yang tidak signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui bauran ritel.

Kata kunci: produk, harga, promosi, tempat, pelayanan, presentasi, kepuasan, loyalitas

ABSTRACT

The purpose of the research is to analyze the extent of retailing mix which consists; product, price, promotion, place, service, and store design to customer satisfaction and to analyze the impact of customer satisfaction to Indomaret Puntodewo's customer loyalty in Malang.

In this research, the samples are 100 respondents. Sampling technique is using probability sampling with purposive sampling method. Data collecting technique is using survey method with questionnaire as the data collecting tool.

Data analysis is using SmartPLS software version 2.0. The data have to meet SEM-PLS assumptions first before it could be tested further for hypothesis test. The results of the research shows that the outer model and also inner model of the theories and processed data are allowed to be tested.

To fulfill the outer model assumptions requiring the unidimensionality test, discriminant validity, Average Variance Extracted (AVE), composite reliability, and Crobach's Alpha tests. Meanwhile, to fulfill the inner model assumptions are processed with R-Square (R^2), predictive Relevance (Q^2), and Goodness of Fit (GoF). The hypothesis tests are managed with statistic significant t-test and Sobel Method to analyze intervening variables.

The first hypothesis test shows that product, price, place, and store design have the significant effect to customer satisfaction. Meanwhile promotion and service doesn't take a significant effect to customer satisfaction. On the second hypothesis, product and price have a significant effect to customer loyalty. Meanwhile promotion, place, service, and store design do not take significant effect on customer loyalty. On the third hypothesis, customer loyalty doesn't have a significant effect on customer loyalty. On the fourth hypothesis, customer loyalty has the unsignificant effect in increasing customer loyalty through retailing mix.

Keywords: *product, price, promotion, place, service, store design, satisfaction, loyalty*