PENGARUH SUASANA TOKO, PENATAAN PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OKE DISTRO NGANJUK.

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

OLEH :
MUHAMMAD PACHRY AFRITZAL ROZAQ
NPM : 12.1.02.02.0157

FAKULTAS EKONOMI (FE)
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI
2016

Skripsi Oleh:

Muhammad Fachry Afritzal Rozaq
NIM: 12.1.02.02.0157

Judul:

PENGARUH SUASANA TOKO, PENATAAN PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OKE DISTRO NGANJUK

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 20 Juli 2016

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Ema Nurzainul., S.E., M.M.	**Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd.**
NIDN. 0727127801	**NIDN. 0730127403**

ii

Skripsi Oleh:

Muhammad Fachry Afritzal Rozaq
NIM: 12.1.02.02.0157

Judul:

PENGARUH SUASANA TOKO, PENATAAN PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OKE DISTRO NGANJUK

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
pada Program Studi Manajemen FE UNP Kediri
pada Tanggal : Juli 2016

dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : **Ema Nurzainul.,S.E., M.M.** _____
2. Penguji I : **Samari., Dr.** _____
3. Penguji II : **Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd.** _____

Mengetahui, Juli 2016
Dekan FE,

Dr. Subagyo
NIDN. 0717066601

iii

PENGARUH SUASANA TOKO, PENATAAN PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OKE DISTRO NGANJUK.

Muhammad Fachry Afritzal Rozaq
12.1.02.02.0157
Ekonomi – Manajemen
fachryafritzal@gmail.com
Ema Nurzainul Hakimah, SE., M.M.
dan Rino Sardanto, S.pd., M.Pd
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya gaya hidup anak muda yang semakin maju, mereka lebih memilih fashion yang lebih trendy dan kekinian sehingga dapat merasa lebih percaya diri saat melakukan bepergian ataupun sekedar nongkrong bersama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh suasana toko, penataan produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro Nganjuk. Karena loyalitas pelanggan merupakan salah satu kunci sukses suatu bisnis atau usaha. .

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 50 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, data diperoleh dan diolah menggunakan alat bantu statistik *SPSS for windows 21.1.* Untuk menguji hipotesis menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji F, serta analisis Koefisien Determinasi (R^2).

Kesimpulan hasil dari penelitian (1) Suasana toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,875 dan nilai signifikan 0,000. (2) Penataan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,619 dan nilai signifikan 0,000. (3) Kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,501 dan nilai signifikan 0,016. (4) Suasana toko, penataan produk dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai F hitung 215,608 dengan signifikansi 0,000.

Kata kunci : *Suasana toko, Penataan produk, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.*

I. LATAR BELAKANG

A. Latar Belakang masalah

Seiring berkembangnya zaman pada era globalisasi pada saat ini, masyarakat mulai beranjak untuk mengikuti trend gaya hidup yang semakin maju, dengan mengikuti perkembangan zaman mereka dapat merasa lebih percaya diri saat melakukan bepergian ataupun sekedar nongkrong bersama. Seperti halnya dengan cara mereka untuk memilih *fashion* yang lebih trendi dan lebih kekinian, terutama di kalangan anak muda yang ingin terlihat lebih *stylis* dan *trendy* menjadikan distro sebagai salah satu rekomendasi untuk mendapatkan *fashion* yang mereka inginkan.

Pelanggan yang loyal merupakan salah satu kunci sukses suatu bisnis atau usaha. Mempertahankan pelanggan yang loyal terhadap suatu produk harus mendapatkan prioritas yang utama daripada mendapatkan pelanggan yang baru. Hal ini disebabkan bahwa untuk mendapatkan pelanggan baru bukan suatu hal yang mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak, maka sangat rugi apabila perusahaan melepas pelanggan yang loyal secara begitu saja. Menurut Selnes dalam Utami (2013:7), menyatakan bahwa "loyalitas secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu". Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelanyanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. dan menguasai pasar.

Dengan semakin tingginya tingkat persaingan dalam usaha ritel menyebabkan para pendiri usaha tersebut berlomba-lomba dalam meningkatkan loyalitas pelanggan masing-masing. Dengan menggunakan beberapa strategi yang berbeda seperti harga, kualitas pelayanan, suasana toko, dan penataan produk pada usaha mereka.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Oke Distro di Nganjuk, saat ini atmosphere store (suasana toko) menjadi faktor yang

menentukan bagi para konsumen di dalam berbelanja. Suasana yang nyaman juga menjadi bahan pertimbangan sendiri bagi konsumen pada saat sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi Oke Distro. Bahkan tidak sedikit dari para konsumen yang lebih memilih berbelanja di sebuah distro dengan alasan menyukai atmosfer pada distro yang bersangkutan. Dalam bisnis ritel terutama pada ritel modern, suasana toko sangat diperhatikan agar dapat menarik para konsumen dan dapat membuat konsumen nyaman berbelanja di dalamnya.

Selain suasana toko yang memiliki pengaruh penting bagi usaha retail. Penataan produk dalam suatu usaha retail juga memiliki pengaruh yang sangat penting untuk menarik pelanggan dan menjaga loyalitas para pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan fokus perhatian oleh hampir semua peritel di Indonesia, hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman pelanggan atas konsep kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena pelanggan akan menyebarluaskan rasa puasnya kepada calon pelanggan lain, selain itu dengan adanya kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan menjadi sangat penting untuk meningkatkan keuntungan sehingga perusahaan selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Penelitian yang hampir sama pernah dilakukan oleh Putri Farrah Andini (2013), Astuti, dkk, (2013) dan Aryani Dan Rosinta, (2010). Sehingga mendorong peneliti untuk melaksanakan penelitian yg terfokus pada judul "**Pengaruh Suasana Toko, Penataan Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Oke Distro Nganjuk".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Masalah tersebut diidentifikasikan sebagai berikut :

1. Suasana toko mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan Oke Distro.
2. Penataan produk memiliki pengaruh penting dan menjaga loyalitas para pelanggan Oke Distro.
3. Kepuasan pelanggan mempengaruhi volume pelanggan yang loyal di Oke Distro.
4. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh suasana toko, penataan produk, dan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Oke Distro.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan untuk menjadikan penelitian dan pembahasannya terfokus kepada masalah saja, maka peneliti akan membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Suasana toko pada "Oke Distro"
2. Penataan produk "Oke Distro"
3. Kepuasan pelanggan "Oke Distro"

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang Masalah maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel suasana toko (*store atmosphere*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro di Nganjuk?
2. Apakah variabel penataan produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro di Nganjuk?
3. Apakah variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro di Nganjuk?
4. Apakah variabel suasana toko, penataan produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro di Nganjuk?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis pengaruh yang signifikan pada variabel suasana toko (*store atmosphere*) terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro di Nganjuk.
2. Untuk menganalisis pengaruh yang signifikan pada variabel penataan produk terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro di Nganjuk.
3. Untuk menganalisis pengaruh yang signifikan pada variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro di Nganjuk.

Untuk menganalisis pengaruh yang signifikan pada variabel suasana toko, penataan produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro Nganjuk.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dikategorikan sebagai manfaat teoritis dan manfaat praktis. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu pemasaran dan menambah kajian ilmu pemasaran, khususnya usaha ritel untuk mengetahui bagaimana suasana toko, penataan produk dan kepuasan pelanggan yang diterapkan dalam Oke Distro Nganjuk.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan membawa manfaat sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pemilik Oke Distro dalam mengembangkan strategi dalam menghadapi persaingan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan untuk pengembangan pada strategi di masa yang akan datang.
2. Memberikan pemahaman yang tepat tentang cara meningkatkan loyalitas pelanggan pada Oke Distro Nganjuk.
3. Memberikan pemahaman yang dianggap tepat kepada masyarakat tentang pengaruh suasana toko, penataan produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Oke Distro Nganjuk.
4. Memberikan pemahaman kepada dunia usaha tentang pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada konsumen dalam membeli produk Oke Distro.

II. METODE

A. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian
   a. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)
      Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Loyalitas Pelanggan (Y)
   b. Variabel Bebas (*Independent Variable*)
      Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Suasana Toko (X1),

Penataan Produk (X2), dan Penataan Produk (X3).

2. Definisi Operasional Variabel
   a. Loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan dalam membeli produk pada suatu toko tersebut secara berulang-ulang.
   b. Atmosfer toko adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yangdapat menarik konsumen untuk membeli.
   c. Penataan produk adalah suatu cara mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keingi-nan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung *(direct visual appeal).*
   d. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan

B. Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. Teknik Penelitian

   Teknik penelitian yang digunakan adalah deskriptif, karena data yang diperlukan dalam penelitian ini belum tersedia sehingga masih perlu menyusun instrumen pengumpulan data secara terstruktur dan formal.
2. Pendekatan Penelitian

   Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

C. Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

   Penelitian ini dilaksanakan di sebuah Distro yang bernama Oke Distro yang berada di jl. Mayjend Sungkono 1, depan makam Juwet Nganjuk.
2. Waktu Penelitian

   Penelitian ini penulis lakukan pada tahun 2016 pada bulan Maret sampai Juli.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Dalam penelitian ini, populasi penelitian mengacu pada kalangan anak muda di Nganjuk yang merupakan konsumen atau pelanggan dari Oke Distro

yang jumlahnya tidak bisa di tentukan.

2. Sampel

Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu sebanyak 50 responden.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis datanya adalah data primer

2. Sumber Data

Sumber datanya diperoleh dari responden

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Penyebaran kuesioner
2. Studi Literatur

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2001:45), "Validitas adalah pernyataan sampai sejauh mana data yang ditampung pada kuesioner dapat mengukur apa yang diukur." Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak. Uji validitas ini menggunakan program SPSS 20. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dengan nilai signifikansi 5% maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011:458),"Reliabilitas" adalah "bila suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik." Dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini maksudnya menjelaskan hasil pengisian responden atas jawaban yang ada dalam kuesioner atau angket yang didasarkan pada nilai rata-rata berdasarkan rumus Kuncoro.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji variabel dependent dan variabel independent atau keduanya

mempunyai distribusi normal atau tidak.

b. Uji Multikolineritas

Menurut Ghozali (2005:91-92), Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*).

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2005:105), Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2005:95), Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan t-1 (sebelumnya).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ridwan (2005:155),"analisis linier berganda" adalah "suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat."

Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b_1 . X_1 + b_2 . X_2}$$

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi adalah keeratan hubungan antara

variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Koefisien korelasi ditentukan dengan melihat nilai *R* pada tabel *summary*.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

   Hasil uji normaitas menggunakan grafik normal probability plot menunjukkan titik – titik menyebar mengikuti garis diagonal dan berada disekitar garis diagonal sehingga data berdistribusi normal atau asumsi normaitas telah terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

   Hasil uji multikolinieritas dilihat bahwa suasana toko, penataan produk, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,295 ; 0,181 ; 0,119 yang lebih kecil dari 0,10 dan VIF sebesar 3,385 ; 5,532 ; 8,406 yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

3. Uji Autokerelasi

   Nilai uji Durbin-Watson (DW test) menunjukkan du < d < 4 – du atau 1,674 < 2.091 < 2,326, sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

   Pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas

B. Analisis Regresi Linear Berganda

persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil uji analisis yaitu $Y = 0{,}216 + 0{,}218X_1 + 0{,}495X_2 + 0{,}179X_3 + e$.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

   a) Hasil uji t (parsial) didapat nilai signifikansi suasana toko 0,000<0,05, artinya suasana toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

   b) Hasil uji t (parsial) didapat nilai signifikansi penataan produk 0,000<0,05 artinya penataan produk secara parsial berpengaruh

signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

c) Hasil uji t (parsial) didapat nilai signifikansi suasana toko 0,016<0,05, artinya kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Uji f (simultan)

Diperoleh nilai F hitung 215.608 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian diperoleh hasil bahwa suasana toko, penataan produk, dan kepuasan pelanggansecara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

D. Analisis Determinasi

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,929 dengan demikian menunjukkan bahwa adalah suasana toko, penataan produk, dan kepuasan pelanggan dapat menjelaskan loyalitas pelanggan sebesar 92,9% dan sisanya yaitu 7,1.% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

E. Pembahasan

1. Pengaruh suasana toko terhadap loyalitas pelanggan.

   Hasil pengujian terhadap hipotesis 1 menunjukkan bahwa secara parsial suasana toko berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh penataan produk terhadap loyalitas pelanggan.

   Hasil pengujian terhadap hipotesis 2 menunjukkan bahwa secara parsial penataan produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

   Hasil pengujian terhadap hipotesis 3 menunjukkan bahwa secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

4. Pengaruh suasana toko, penataan produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

   Hasil dari pengujian hipotesis 4 yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel suasana toko, penataan produk

dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan F hitung sebesar 215.608 dengan nilai signifikansi ,000

F. Kesimpulan

1. Suasana toko (*store atmosphere*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro Nganjuk.
2. Penataan produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro Nganjuk.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro Nganjuk.
4. Suasana Toko, Penataan Produk dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Oke Distro Nganjuk.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Andini, Putri. 2013.*Analisis Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Distro Deep Store Di Surakarta,* diakses 9 Juni 2016 10.01

Ariani dan Rosinta. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, tersedia: http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/viewFile/632/617, diakses 9 Juni 2016 13:12

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*.Jakarta: Rineka Cipta.

Astuti, Wiji, dkk. 2013. *Pengaruh Atmosfer Toko Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Centro Department Store Di The Plaza Semanggi*, tersedia: http://repository.perbanas.id/xmlui/bitstream/.../Jurnal%20ICEM.pdf, diakses 9 Juni 2016 12:32

Gilbert. 2013. Retail marketing management (2nd). England: Prentice. hall

Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisi Multivariati Dengan Program SPSS. Semarang: UNDIP

_____.2006. Statistik Nonparametrik. Semarang: UNDIP

_____.2009. Aplikasi Analisi Multivariati Dengan Program SPSS. Jakarta: Gema Pertama.

_____2011. *Aplikasi Analisi Multivariati Dengan Program SPSS edisi kelima*. Semarang: UNDIP

https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/05/21/pengumpulan-data-dan-instrumen-penelitian/ diakses 10 Juni 2016 16:35

http://gerrytri.blogspot.co.id/2013/06/teknik-pengambilan-sampel-dalam.html, diakses 10 Juni 2016 16:35

http://setabasri01.blogspot.co.id/2012/04/uji-validitas-dan-reliabilitas-item.html, diakses tanggal 9 juni 20:01

Karnawati dan Prabowo. 2012. *Sikap Konsumen Terhadap Citra Toko Distro Inspired Di Kota Malang*, tersedia:http://ejournalfia.ub.ac.id/index.php/profit/a ewFile/306/566, daiak: 2016 13:12

94

Kotler. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13.Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2007. Manajmen Pemasaran. Edisi Kedua belas. Jilid Kesatu. Jakarta: Indeks

Kotler & Amstrong. 2005. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Pren hall indo.

Novemy Triyandari Nugroho. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*, tersedia: http://www.google.com/search?q=kepuasan+pelanggan+terhadap+loyalitas&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org, diakses 9 juni 2016 10:49.

Nofiawaty dan Beli Yuliandi, 2014. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyes Palembang* , tersedia: http://eprints.unsri.ac.id/3549/, diakses 12 Juni 2016 09:13

Utami, Novita. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*(online), tersedia: http://library.*gunadarma*.ac.id, diakses 9 Juni 2016 10:24.

Rachmawati, dkk. 2015. *Analisis Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Penataan Produk Dengan Harga Sebagai Variabel Intervining (Studi Kasus Minat Beli Konsumen Pada Skansamart Smk Negeri 1 Ngawi)*, tersedia: http://www.unsoer.ac.id/jurnal/media-soerjo-2015/april/3.Rachma.pdf, diakses 12 Juni 2016 12:12

Sari dan Suryani, 2014. *Pengaruh Merchandising, Promosi Dan Atmosfir Toko Terhadap Impulse Buying*, tersedia: http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/7074, diakses 14 Juni 2016 09:12

Sopiah, Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Offsed.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Binis*. Bandung: Alfabeta.

_____2011. *Metode Penelitian kuantitatif & kualitatif kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

_____2013. *Metode penelitian* (Online), tersedia : http://*rayendar.blogspot*.co.id, diakses 3 Juni 2016 09:43.

_____2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. bandung: Alfabeta.

Suharmi, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Hidayat, Taufiq. 2015. *Pengaruh Marketing Public Relation Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurur*

(JNE) Bandung. Tersedia: http:*jurnal.stiepas.ac.id/index.php/jebe/article/download/115/199, diakses 13 Juni 2016 12:45*

Sukoco, Teguh. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Inverter Ls Wilayah Semarang Pt. Mandala Adhiperkasa Sejati Semarang)* tersedia: http://journal.usm.ac.id/jurnal/qman/525/detail/, diakses: 9 Juli 2016 13.08

T., Sari. 2013. *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan Hartono Elektronika Surabaya, Tersedia:*http: www.google.com/search?q=jurnal+loyalitas+terbaru+2015&client=firefox-a&rls=org.mozilla:en- diakses 11 Juni 2016 13:09.

Upadhana dan Rastini. 2014, *Pengaruh Atmosfir Toko, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Barang Dan Kewajaran Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Toko Painluva Seminyak Bali,* tersedia: http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/7610, diakses 10 Juni 2016 14:01

Wardhana dan Rochmaniah, 2012. *Pengaruh Display Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt. Ace Hardware Sidoarjo*, tersedia: http://fisip.umsida.ac.id/tinymcpuk/gambar/file/02.pdf, diakses 12 Juni 2016 15:03

Winawan dan Yasa, 2014. *Pengaruh Penataan Produk, Jenis Kelamin, dan Daftar Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus pada Konsumen Ritel di Kota Denpasar*, tersedia http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/8416, diakses 13 Juni 2016 11:09

Wenda, Ayu. dkk. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia Di Denpasar*. Tersedia di : http:download.portalgaruda.org/article.php?article=82862&val=954: diakses 17 juni 2016 09:43

Wijaya, Chandra dkk. 2014.*Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Survei Pada Konsumen Yang Melakukan Pembelian Impulsif Pada Giant Hypermarket Mall Olympic Garden Kota Malang)*, tersedia: http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/702, diakses 11 juni 2016 10:13

Wijayanto, Bebet dkk. (2013) yang berjudul "Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Supermarket Sri Ratu Peterongan, tersedia: http://download.portalgaruda.org/article.php?article=74877&val=4721, diakses 10 Juli 2016 08.23

Chrismardani, Yustina. 2015. *Mengukur Loyalitas Pelanggan Melalui Retail Service Quality*, tersedia*:* http://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/1276, diakses 15 Juni 2016 12:01