JURNAL

ANALISIS LOKASI, ATMOSFER TOKO, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA ALFAMART JL. AHMAD YANI NO. 41 PELEM KERTOSONO)

ANALYSIS OF LOCATION, STORE ATMOSPHERE, AND SERVICE QUALITY TO CUSTOMER LOYALTY (CASE STUDY ON ALFAMART JL. AHMAD YANI NO 41 PELEM KERTOSONO)

Oleh:

SITI FATIMATUZ ZAHRO'

13.1.02.02.0378

Dibimbing oleh :

1. **PONIRAN YUDHO LEKSONO.,S.E.,M.M..**
2. **RONY KURNIAWAN, M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:	Siti Fatimatuz Zahro'
NPM	:	13.1.02.02.0378
Telepon/HP	:	085707683968
Alamat Surel (Email)	:	Sitifatimatuzzahro82@yahoo.com
Judul Artikel:		Analisis Lokasi, Atmosfer Toko, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono)
Fakultas – Program Studi	:	Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	:	Jalan K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan di proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui,		Kediri, 07 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Poniran Yudho Leksono, S.E., M.M. NIDN.04047306	Rony Kurniawan, M.M. NIDN. 0730076804	Siti Fatimatuz Zahro' NPM. 13.1.02.02.0378

Siti Fatimatuz Zahro'| 13.1.02.02.0378 **simki.unpkediri.ac.id**
Ekonomi - Manajemen **|| 1 ||**

ANALISIS LOKASI, ATMOSFER TOKO, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA ALFAMART JL. AHMAD YANI NO. 41 PELEM KERTOSONO)

Siti Fatimatuz Zahro'
13.1.02.02.0378
Ekonomi–Manajemen
Sitifatimatuzzahro82@yahoo.com
Poniran Yudho Leksono.,S.E.,M.M..
Rony Kurniawan, M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh hasil pengamatan peneliti bahwa bisnis ritel semakin tahun persaingannya semakin ketat. Akibatnya, pemilik toko harus dapat mempertahankan loyalitas pelanggannya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antara variabel lokasi (X_1), atmosfer toko (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan di PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono). Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang di isi oleh responden yang pernah berbelanja minimal dua kali. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling.* Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis data secara kuantitatif.

Hasil uji asumsi klasik menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut: $Y= 1,536+0,393X_1+0,247X_2+0,151X_3$. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen, angka *Adjusted R Square* sebesar 0,625 menunjukkan bahwa 62,5 persen variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 37,5 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (2) variabel atmosfer toko berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (3) variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (4) variabel lokasi, atmosfer toko dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : lokasi, atmosfer toko, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan

I. LATAR BELAKANG

Adanya era globalisasi menjadikan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, tak terkecuali bisnis ritel. Bisnis ritel selalu mengalami perkembangan setiap tahunnya, perkembangan tersebut salah satunya dipicu oleh pertumbuhan ekonomi Indonesia yang semakin membaik.

Ritel adalah usaha yang menjual produk atau dagangan kebutuhan rumah tangga, termasuk produk kebutuhan sahari-hari yang menggunakan sistem swalayan

(konsumen mengambil barang atau produk itu sendiri tanpa ada pramuniaga yang melayani). Menurut data Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) pertumbuhan ritel pada tahun 2016 optimistis berada di angka 10% lebih dari tahun 2015 yang hanya mencapai 8%, sedangkan omzet ritel modern tahun 2016 diperkirakan mencapai 200 triliun. Hal tersebut dikarenakan semakin banyaknya pusat perbelanjaan yang berdiri.

Salah satu bisnis ritel yang sedang berkembang pesat saat ini adalah minimarket. Minimarket merupakan jenis bisnis ritel yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dan menawarkan kemudahan karena lokasi atau letaknya yang bisa dijangkau dan dekat dengan konsumen serta mengutamakan kepraktisan dan kecepatan yang didukung dari luas toko atau gerai yang tidak terlalu besar sehingga konsumen berbelanja dengan waktu yang tidak terlalu lama.

Dalam bisnis ritel, setiap toko harus memiliki keunggulan masing-masing untuk mempertahankan pelanggan agar tetap belanja ditoko tersebut. Loyalitas pelanggan menjadi hal yang penting ditengah persaingan yang sangat tinggi, sebab loyalitas pelanggan akan mempengaruhi kehidupan suatu toko dalam jangka panjang.

Loyalitas pelanggan sangatlah mempengaruhi kemajuan suatu usaha, sebab biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menarik satu pelanggan, jauh lebih besar dibandingkan mempertahankan satu pelanggan yang loyal. Begitu juga kehilangan pelanggan akan menjadi satu permasalahan yang serius yang dapat menyebabkan menurunnya kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mencoba mengadakan penelitian dengan judul : **"Analisis Lokasi, Atmosfer Toko, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono).**

Rumusan Masalah :

1. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono?
2. Apakah atmosfer toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono?
4. Apakah lokasi, atmosfer toko, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

loyalitas pelanggan di Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono?

Kajin Teori

Menurut Kotler dan Keller (2012:207), loyalitas *(loyalty)* adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan produk pilihan atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain. Menurut Tjiptono (2011:33), pelanggan yang loyal memilki karakteristik sebagai berikut: 1) *Repeat* 2) *Retention* 3) *Referalls*.

Menurut Lupiyoadi (2013:42) lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Lokasi menentukan kesuksesan suatu jasa karena erat kaitannya dengan pasar potensial. Salah memilih lokasi perusahaan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Menurut Tjiptono (2011:41-42), faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dengan cermat dalam pemilihan lokasi adalah sebagai berikut: 1) *Aksesibilitas* 2) *Visibilitas* yaitu kemudahan untuk dilihat, lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. 3) Lalu lintas *(traffic)*, 4) Kompetisi.

Menurut Kotler dan Keller (2012:156), atmosfer toko adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli. Berman dan Evan (2010:604), membagi elemen-elemen atmosfer toko kedalam empat elemen, yaitu: 1) *Interior* 2) *Exterior* toko 3) *Store layout* 4) *Interior display*

Menurut Tjiptono (2011:9) secara sederhana pengertian kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya. Menurut Kotler (2012:284) terdapat lima faktor yang dijadikan sebagai penentu kualitas pelayanan, yaitu: 1) Berwujud *(Tangible) 2)* Empati *(Emphaty)* 3) Cepat tanggap *(Responsiveness*) 4) Keandalan *(Reliability)* 5) Kepastian *(Assurance*

II. METODE

Teknik Penelitian dan Pendekatan

Sesuai permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah permasalahan kausalitas, yaitu suatu pertanyaan peneliti yang bersifat menghubungkan dua variabel atau lebih. Hubungan variabel dalam penelitian adalah hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Ada variabel independent (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependent (dipengaruhi).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian diskriptitf kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka, meskipun juga berupa data kualitatif sebagai pendukungnya.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan toko tersebut merupakan salah satu toko ritel besar di Kecamatan Kertosono.

Penelitian dilaksanakan selama 6 bulan, dimulai dari bulan Maret - Agustus 2017.

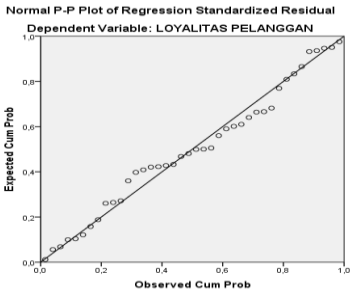
Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pengunjung yang pernah berkunjung ke Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono.

Sampel Menurut Sugiyono (2016:90) "bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda) maka jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti". Variabel pada penelitian ini ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel adalah 10 x 4 = 40 yang artinya minimal anggota sampel yang diteliti adalah 40 orang, maka penenliti menentukan sampel yang diteliti yaitu seanyak 40 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling.*

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Uji Normalitas



Sumber : Output SPSS 2017

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan hasil uji normalitas bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan kasus didalam regresi dimana ada hubungan yang kuat antara variabel bebas, dimana regresi tidak boleh terjadi hubungan antar variabel bebas.

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	LOKASI	,705	1,418
	ATMOSFER TOKO	,724	1,381
	KUALITAS PELAYANAN	,951	1,051

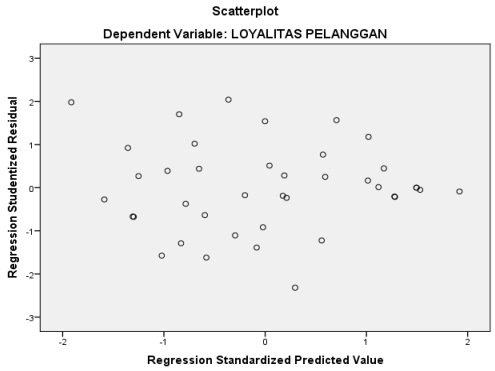
Sumber : Output SPSS 2017

Menurut Ghozali (2012:92) kriteria yang digunakan adalah jika nilai VIF lebih kecil dari 10 atau nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka regresi tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel diatas, diketahui bahwa dalam produk regresi tidak terjadi multikolinieritas atau korelasi yang sempurna antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2012:105) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homokedasitisitas atau tidak terjadi heteroskedasitas.



Sumber : Output SPSS 2017

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS, pada gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2012:95-96) menyatakan bahwa uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

Model Summary[b]

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	2,079	2,243

Sumber : Output SPSS 2017

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai Durbin Watson adalah 2,243. Nilai du untuk variabel bebas yang berjumlah 3 dan dengan sampel 40 adalah sebesar 1,6589 sehingga 4 – du = 4 – 1,6589 = 2,3411. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai du < dw < 4-du atau 1,6589 < 2,243 < 2,3411, yang artinya tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,536	4,611	
	LOKASI	,393	,056	,826
	ATMOSFER TOKO	,247	,121	,235
	KUALITAS PELAYANAN	,151	,068	,222

Sumber : Output SPSS 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$Y= 1,536+0,393X_1+0,247X_2+0,151X_3$

1. Konstanta = 1,536

   Apabila variabel lokasi, atmosfer toko, dan kualitas pelayanan diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (=0), maka variabel Y (loyalitas

pelanggan) memiliki nilai pengaruh sebesar 1,536.

2. Koefisien X_1 = 0,393

   Bahwa setiap peningkatan variabel lokasi secara positif naik 1 (satuan) akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,393 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

3. Koefisien X_2 = 0,247

   Bahwa setiap peningkatan variabel atmosfer toko secara positif naik 1 (satuan) akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,247 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

4. Koefisien X_3 = 0,151

   Bahwa setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan secara positif naik 1 (satuan) akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,151 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Dari hasil perhitungan SPSS tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel paling dominan yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan adalah variabel lokasi dengan besaran koefesiennya sebesar 0,393.

Uji Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,809[a]	,654	,625

Sumber : Output SPSS 2017

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *adjusted* R adalah 0,625 artinya variabel lokasi, atmosfer toko dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel loyalitas sebesar 62,5%. Berarti masih ada 37,5% yang menjelaskan vaiabel loyalitas pelanggan akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini

Uji t (parsial)

Coefficients[a]

Model	T	Sig.
(Constant)	,333	,741
LOKASI	7,072	,000
ATMOSFER TOKO	2,043	,048
KUALITAS PELAYANAN	2,210	,034

Sumber : Output SPSS 2017

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS dalam tabel uji t diperoleh nilai signifikan variabel lokasi produk adalah 0,000, variabel atmosfer toko 0,048, dan variabel kualitas pelayanan 0,034. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel lokasi, atmosfer toko dan kualitas pelayanan < 0,05 yang berarti H_o ditolak dan H_a diterima. Dari hasil uji t diatas membuktikan bahwa variabel independen lokasi, atmosfer toko dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		F	Sig.
1	Regression	22,657	,000[b]
	Residual		
	Total		

Sumber : Output SPSS 2017

Dari perhitungan SPSS diatas dapat diketahui bahwa nilai sig. Adalah 0,000 < 0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_a

diterima. Hal ini berarti secara simultan variabel lokasi (X_1), atmosfer toko (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Pembahasan

1. **Pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan**

Dari hasil pengujian parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis regresi lokasi (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) diperoleh nilai sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga membuktikan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. **Pengaruh atmosfer toko terhadap loyalitas pelanggan**

Dari hasil pengujian parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa variabel atmosfer toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis regresi lokasi (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) diperoleh nilai sig. 0,048 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga membuktikan bahwa atmosfer toko berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan**

Dari hasil pengujian parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis regresi lokasi (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) diperoleh nilai sig. 0,034 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4. **Pengaruh lokasi, atmosfer toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan**

Hasil analisis statistik juga membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel lokasi (X1), atmosfer toko (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yang ditunjukkan dari nilai sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga penelitian ini sesuai dengan hipotesis keempat yang menyatakan ada pengaruh signifikan antara lokasi, atmosfer toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di alfamart Pelem Kertosono.

Simpulan

1. Berdasarkan analisis secara parsial (uji t), menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono.

Hal ini berarti lokasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Berdasarkan analisis secara parsial (uji t), menunjukkan bahwa atmosfer toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono. Hal ini berarti jika atmosfer toko ditingkatkan maka loyalitas pelanggan akan semakin tinggi.
3. Berdasarkan analisis secara parsial (uji t), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono. Hal ini berarti kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
4. Berdasarkan pengujian secara simultan (uji F), hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel lokasi, atmosfer toko dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Alfamart Jl. Ahmad Yani No. 41 Pelem Kertosono. Hal ini berarti jika lokasi, atmosfer toko dan kualitas pelayanan ditingkatkan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat.

IV. DAFTAR PUSTAKA

----------. 31 Desember 2016. *Bappenas prediksi pertumbuhan ekonomi 2017 5,3%*. (online). http://m.tempo.com. Diunduh 15 April 2017

Arifin, Zainal. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Deny, Septian. 28 Desember 2016. *Bisnis ritel tumbuh 10% di tahun 2016.* (online) http://liputan6.com. Diunduh 15 April 2017

Berman, Barry & Evans, Joel R. 2010. *Retail Management(11th ed.) New Jersey: Prentice Hall*

Dewi, Yasa dan Sukaatmadja. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki Di Kabupaten Tabanan*. Tersedia: eprints.ums.ac.id. Diunduh pada 27 oktober 2016.

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 19.* Semarang: Universitas Diponegoro.

Griffin, Jill. 2007. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan.* Jakarta: Erlangga.

Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE

Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.* Bandung: Alfabeta.

Kotler dan Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Levy, Michael & Weitz, Barton A., (2012). *Retailing Management.New York, America: McGraw-Hill/Irwin*

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.

Ma'ruf, Henry. 2008. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Mashyuri dan Zainuddin, M. 2011. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikasi*. Bandung: Refika Aditama

Priyatno, Dwi. 2012. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogjakarta: Mediakom.

Putra. 2012. *Pengaruh Retail Mix Terhadap yalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Pemoderasi*. (online). Tersedia: eprints.umk.ac.id. Diunduh pada 27 oktober 2016.

Sinaga. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang).* (online). Tersedia: eprints.undip.ac.id. Diunduh pada 27 oktober 2016.

Sinurat. 2015. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Tujuh Alfamart di Wilayah Kecamatan Depok Kabupaten Sleman Propinsi DIY).* Tersedia: repository.usd.ac.id. Diunduh pada 27 oktober 2016.

Sugiyono. 2016. *Statistika dalam Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Suharsimi, Arikunto . 2013. *Metodologi Penelitian.* Bandung: Rineka Cipta

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa.* Yogjakarta: Bayumedia.

Utami, Cristina Widya. 2008. *Manajemen Ritel.* Jakarta: Salemba Empat

Wijayanto, Endang, dan Listyorini. 2013. *Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Loyalitas Konsumen di Supermarket Sri Ratu Peterongan.* (online). Tersedia: download.portalgaruda.org Diunduh pada 27 oktober 2016.