JURNAL

PENGARUH ATMOSFER TOKO, HARGA DAN CITRA TOKO TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO ARBA JAYA DI PASAR WAGE NGANJUK

THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, PRICE AND STORE IMAGE TO CUSTOMER LOYALTY ARBA JAYA STORE AT WAGE MARKET NGANJUK

Oleh:

ARI WIDYAWATI

13.1.02.02.0044

Dibimbing oleh :

1. **Drs. Ec. Ichsannudin,M.M.**
2. **Edy Djoko, S.E., M.Pd.M.M**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Ari Widyawati
NPM	: 13.1.02.02.0044
Telepon/HP	: 085204499861
Alamat Surel (Email)	: ari.widyawati50@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh atmosfer toko, harga dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan toko Arba Jaya di pasar Wage Nganjuk
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. KH.Ahmad Dahlan No.76 Kota 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 ketidak sesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 2 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Drs. Ec.Ichsannudin,M.M NIDN. 0723105703	Edy Djoko, S.E., M.Pd.M.M NIDN. 0715106203	Ari Widyawati NPM. 13.1.02.02.0044

PENGARUH ATMOSFER TOKO, HARGA DAN CITRA TOKO TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO ARBA JAYA DI PASAR WAGE NGANJUK

Ari Widyawati
13.1.02.02.0044
Ekonomi - Manajemen
ari.widyawati50@gmail.com
Drs. Ec.Ichsannudin,M.M, Edy Djoko, S.E., M.Pd.M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan dunia binis yang semakin ketat, terutama pada perusahaan ritel baik modern maupun traditional. Ketatnya persaingan disebabkan banyaknya usaha ritel yang terus tumbuh baik modern dan traditional karena daya beli konsumen yang semakin meningkat. Kunci yang dilakukan perusahaan dalam meraih keloyalitasan pelanggan tidaklah mudah dengan memaksimalkan pengaturan atmosfer toko, harga yang tepat serta citra toko yang baik di benak konsumen.Permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Adakah pengaruh Atmosfer terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk ? (2) Adakah pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk ? (3) Adakah pengaruh citra toko terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk ? (4) Adakah pengaruh Atmosfer toko ,harga dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk ?

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yaitu peneliti memproses data dari penyebaran kuisioner yang telah disebar dengan cara memberi symbol angka untuk selanjunya diolah dengan menggunakan SPSS versi 23. Dalam penelitian ini pelanggan toko Arba Jaya di pasar wage Nganjuk tahun 2017 dengan sampel sebanyak 35 responden. Serta menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Kesimpulannya dari penelitian ini adalah (1) Atmosfer toko berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko Arba Jaya di pasar Wage Nganjuk. (2) Harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko Arba Jaya di pasar Wage Nganjuk. (3) Citra toko berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk. (4) Atmosfer toko , harga dan Citra toko berpengaruh positif signifikan secara simultan (bersama sama) terhadap loyalitas pelanggan toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk.

Ketiga variable juga menunjukan besarnya variasi loyalitas pelanggan yaitu sebesar 93,8% .Berdasarkan simpulan hasil penelitan ini ,direkomendasikan: Toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk untuk selalu berinovasi terus dan mempertahankan ketiga variable yang sudah memberikan pengaruh yang signifikan agar meningkatkan keloyalan pelanggan sehingga meningkatkan laba.

KATA KUNCI : Atmosfer toko, Harga, Citra toko, Loyalitas pelanggan

I. LATAR BELAKANG

Perekonomian di Indonesia saat ini berkembang dengan baik sehingga menjanjikan suatu peluang besar bagi perusahaan-perusahaan yang sedang dan akan beroperasi. Seperti halnya banyak sekali ritel modern yang ada di desa desa, UKM yang mengekspor produknya keluar negeri, jual beli via online yang sangat mudah dilakukan dan efisien waktu. Diiringi dengan era globalisasi juga memberikan dampak positif yaitu memperluas pasar produk dari perusahaan lokal dalam memasarkan produknya. Sementara di sisi lain juga ada dampak negatife yaitu keadaan tersebut memunculkan persaingan yang semakin ketat baik antar perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Seperti halnya yang terjadi pada usaha ritel dimana perkembangan usaha retail di Indonesia pada saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Menurut Berman & Evans (2008:3) ritel meliputi kegiatan usaha yang terlibat dalam menjual barang dan jasa kepada konsumen untuk pribadi keluarga mereka, atau keperluan rumah tangga".

Tetapi perkembangan ini menimbulkan persaingan antara perusahaan ritel yang satu dan lainnya. Karena itu bagi perusahaan ritel hendaknya memiliki strategi yang unggul dalam upayanya memenangkan persaingan. Caranya yaitu dengan memerhatikan Atmosfer toko (suasana toko), harga dan citra toko. Atmosfer toko yang nyaman akan membuat pengunjung merasa betah berlama-lama dalam toko, dengan lamanya waktu pengunjung ditoko akan meningkatkan daya beli yang lebih tinggi. Perubahan terhadap Atmosfer toko harus selalu dirancang sehingga tidak membosankan dan enak dipandang mata. Menurut Utami (2014:255) atmosfer Toko merupakan kombinasi dari karakteristik suatu toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, aroma,music yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen dan berupaya mengomunikasikan informasi yang terkait dengan toko ritel itu sendiri. Selain atmosfer toko ada hal yang tidak kalah penting yaitu harga. Harga merupakan nilai produk yang harus dibayarkan oleh kosumen. Toko ritel haru menerapkan harga yang kompetitif. Menurut Tjiptono (2014:289) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang

ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunakaan suatu barang dan jasa. Produk produk yang dijual dalam toko ritel memang memiliki banyak sekali jenis dan harga yang berbeda beda.

Pastinya harga yang dipilih oleh konsumen diharapkan sesuai dengan kualitas produk atau sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Setiap konsumen memang memiliki status ekonomi yang berbeda beda namun dapat dipastikan sebagian besar konsumen dalam hal harga adalah sesuatu yang sangat diperhatikan oleh konsumen dari tingkat ekonomi manapun. Selain atmosfer toko dan harga ada satu hal yang tidak kalah penting yaitu citra toko. Citra toko merupakan kepribadian yang menggambaran dan merancang apa yang diinginkan, dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap toko tersebut. Upaya untuk memenangkan persaingan tersebut, perusahaan ritel dituntut untuk memberikan citra toko yang baik bagi konsumen. Menurut Utami (2014:270) citra toko adalah gabungan dari dimensi – dimensi yang dirasakan konsumen dari sebuah toko yang terbentuk dari saling berhubunganya multi atribut (kemoderenan, keahlian berdagang ,keaktifitasan diluar dan pengiklanan) di benak konsumen. Citra toko merupakan salah satu cara yang ampuh untuk menarik minat dan menghasilkan kepuasan konsumen. Pembentukan citra toko yang baik bertujuan untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Sebab dengan konsep citra yang baik perusahaan dapat menciptakan identitas yang baik pula dan akhirnya dapat mengarahkan kepada reputasi yang baik serta loyalitas yang tinggi terhadap toko ritel itu sendiri. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara peritel dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Karena pelanggan yang memiliki loyalitas akan senang setiasa terus berbelanja pada toko ritel. Menurut Kotler (2013:61) loyalitas pelanggan adalah konsumen yang tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari beberapa sering dia melakukan pembelian ulang termasuk di sini merekomendasikan orang lain untuk membeli. Dalam hal ini peritel harus mampu bersaing dalam mendapatkan pelanggan yang memiliki

loyalitas tinggi. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Atmosfer Toko ,Harga dan Citra Toko terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk.

Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, untuk menghindari pembahasan masalah yang terlalu meluas, maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Pengaruh Atmosfer toko terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk.
2. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk.
3. Pengaruh citra toko terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk.
4. Pengaruh Atmosfer toko ,harga dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk.

Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang sudah diuraikan diatas banyak hal yang perlu diperhatikan dalam memperoleh pelanggan yang memiliki loyalitas , penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh Atmosfer terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk ?
2. Adakah pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk ?
3. Adakah pengaruh citra toko terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk ?
4. Adakah pengaruh Atmosfer toko ,harga dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk ?

Tujuan Penelitian

Berdasarakan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisi :

1. Pengaruh Atmosfer toko terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk.
2. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk.
3. Pengaruh citra toko terhadap loyalitas pelanggan toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk.

4. Pengaruh secara simultan atmosfer toko,harga dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan pada toko Arba Jaya di Pasar Wage Nganjuk.

Manfaat Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta dorongan dan motivasi diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
   a. Menambah ilmu serta wawasan penulis ,serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama di bangku kuliah khususnya tentang pengaruh atmosfer toko, harga ,citra toko terhadap loyalitas pelanggan.
   b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi peneliti peneliti lainnya yang melakukan penelitian dengan variable yang sama atau obyek yang sama.
2. Manfaat Praktis
   a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada toko ritel tentang pengaruh atmosfer toko ,harga dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan dalam transaksi di toko Arba Jaya
   b. Untuk mengetahui tanggapan dari pelanggan tetang atmosfer toko, harga dan citra toko sehingga pihak dari toko Arba Jaya dapat menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan laba toko.
   c. Untuk bahan masukan bagi perusahaan ritel yang bersangkutan khususnya toko Arba Jaya guna mengembangkan strategi dalam menghadapai persaingan, sehingga dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk pengembangan pada strategi di masa yang akan datang.
   d. Penelitian ini diharapkan dapat memeberikan tambahan informasi kepada konsumen dalam membeli produk di toko Arba Jaya.

II. METODE PENELITIAN

Teknik Penelitian dan Pendekaan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif menurut Riduwan (2014:31) Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka-angka atau data yang diukur dalam

suatu skala numerik. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Menurut Sanusi (2011:14) teknik penelitian kasualitas merupakan penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian yaitu toko Arba jaya di pasar Wage Nganjuk blok kamboja. Waktu penelitian dilakukan selama 3 bulan terhitung mulai bulan April sampai bulan Juni 2017.

Populasi dan Sampel

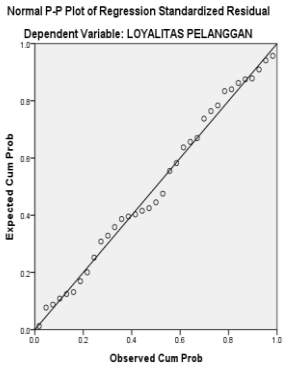
Menurut Arikunto (2013:173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian . Populasi yang diambil yaitu pelanggan toko arba jaya sebanyak 75 orang (data dari toko tahun2017) kemudian dari populasi tersebut diambil sampel sebanyak 35 orang. Menurut Arikunto (2013:174) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaklsud untuk menggeneralisasikan hasil dari penelitian sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan Non Propability Sampling. Jenis non probabilitas yang digunakan adalah penilaian (Judgment) atau Purposive sampling pengambilan sample berdasarkan seleksi khusus, kriteria khusus disini yaitu pelanggan toko arba bjaya yang memiliki loyalitas tinngi.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menurut Riduwan (2014:51) adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Instrumen yang digunkan sebagai alat bantu yang tidak diwujudkan dalam bentuk benda yang peneliti gunakan adalah angket/kuisionare.

III. HASIL ANALISIS DATA

1. Uji normalitas



Dari grafik histogram tampak bahwa residual terdistribusi secara normal dan berbentuk simetris tidak menceng ke kanan atau ke kiri. Pada grafik normal probability plots titik –

titik yang menyebar berhimpit di sekitar diagonal dan hal ini menunjukan bahwa residual terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Atmosfer toko	,218	4,585
Harga	.361	2,767
Citra toko	,142	7,019

Sumber : Output SPSS

Dari tampilan output SPSS untuk tolerance dan VIF mengindikasikan tidak terdapat masalah multikolonieritas. Tabel diatas menunjukan bahwa nilai VIF tidak ada yang melebihi 10 dan nilai tolerance tidak ada yang kurang dari 0.10.

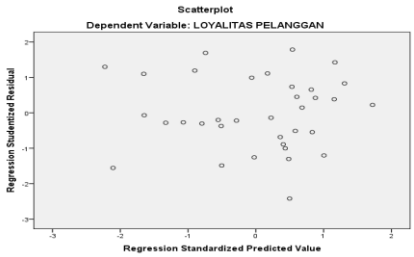
3. Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2,026

Sumber : Output SPSS

Dari data output SPSS dapat diketahui nilai Durbin Watson (DW) yang dihasilkan adalah 2.356. Sehingga nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikan 5% , jumplah sampel 35 (n). Dengan begitu DW 2.356 lebih besar dari batas atas (du) 1.72 dan kurang dari 4 – 1.72 = 2,28 , maka dapat disimpulkan bahwa kita tidak bisa menolak HO yang menyatakan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas



Dari grafik scatterplots terlihat titik-titik menyebar secara acak (random) baik diatas maupun dibawah angka pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3,248	,834
	Atmosfer toko	,425	,058
	Harga	,385	,043
	Citra toko	-,113	,051

Sumber : Output SPSS

Model regresi linier berganda pada penelitian ini adalah :

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

$= 3.248 + 0,425X_1 + 0,385X_2 - 0,113X_3$

Penjelasan dari masing – masing koefisien regresi sebagi berikut :

a. Nilai konstanta (a) sebesar 3.248 (nilai tetap) berarti jika Atmosfer toko (X1) harga (X2) dan Citra Toko (X3) diasumsikan mempunyai nilai sama dengan nol, maka loyalitas pelanggan nilainya adalah 3.248.
b. Nilai koefisien regresi untuk variabel Atmosfer toko (X1) menunjukkan nilai sebesar 0,425 dapat diartikan bahwa Atmosfer toko (X1) meningkat 1 (satu) satuan sedangkan harga (X2) dan citra toko (X3) tetap maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,425
c. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga (X2) menunjukkan nilai sebesar 0,385 dapat diartikan bahwa harga (X2) meningkat 1 (satu) satuan sedangkan atmosfer toko (X1) dan citra toko (X3) tetap maka loyalitas pelanggan akan turun sebesar 0,385
d. Nilai koefisien regresi untuk variabel citra toko (X3) menunjukkan nilai sebesar -113 dapat diartikan bahwa citra toko (X3) menurun 1 (satu) satuan sedangkan Atmosfer toko (X1) dan harga (X2) tetap maka loyalitas pelanggan akan menurun sebesar 113

6. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,971[a]	,943	,938

Sumber : Output SPSS

Nilai R - Square = 0,938 menunjukkan besarnya variasi atmosfer toko (X1), harga (X2) dan citra toko (X3) dalam menjelaskan variasi loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 93,8%. Berarti masih ada variabel lain sebesar 6,2 % yang dapat menjelaskan variasi loyalitas pelanggan tetapi tidak diteliti dalam penelitian ini.

7. Uji F (Simultan)

Model		F	Sig.
1	Regression	171,412	,000[b]
	Residual		
	Total		

Sumber : Output SPSS

Nilai Fhitung = 171.412 > Ftabel (3,31) = 2,91 atau nilai sig. = 0,000 < 0,05. Hasil pengujian model regresi untuk keseluruhan variabel menunjukkan F hitung = 171.412 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi

tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis yang menyatakan variabel atmosfer toko (X1), harga (X2) dan citra toko (X3) secara bersama – sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

8. Uji T (Parsial)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	3,894	,000
Atmosfer toko	7,339	,000
Harga	9,012	,000
Citra toko	-2,218	,034

Sumber : Output SPSS

1) Variabel Atmosfer toko

Dari hasil penelitian dapat dilihat untuk Atmosfer toko didapat nilai t_{hitung} = 7,339 > t_{tabel} 2,039 atau nilai sig = 0,000 < 0,05 jadi H_0 ditolak , yang artinya Atmosfer toko (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y)

2) Variabel Harga

Dari hasil penelitian dapat dilihat untuk Harga didapat nilai t_{hitung} = 9,012 > t_{tabel} 2,039 atau nilai sig = 0,000 < 0,05 jadi H_0 ditolak , yang artinya Harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y)

3) Variabel Citra Toko

Dari hasil penelitian dapat dilihat untuk Citra Toko didapat nilai t_{hitung} = -2,218 < t_{tabel} 2,039 atau nilai sig = 0,034 < 0,05, yang artinya Citra Toko (X3) mempunyai hubungan yang searah dengan loyalitas pelanggan namun dengan sig yang < 0,05 tetap memberikan pengaruh yang signifikan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh atmosfer toko , harga dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan toko Arba Jaya di pasar Wage Nganjuk ,untuk mengetahui pengaruh terbesar dari ketiga variable independen tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dan dapat diambil kesimpulan sebgai berikut :

1. Berdasarkan pengujian secara parsial ketiga variable yaitu Atmosfer toko, harga dan citra

toko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan hal ini berarti atmosfer toko, harga dan citra toko pada Toko Arba Jaya penerapannya sudah sangat baik. Dari segi atmosfer toko pada toko Arba jaya memberikan kenyamanan yang sangat baik sehingga betah berlama lama di dalam toko sehingga meningkatkan daya beli dan mempengaruhi keloyalitasan pelanggannya . Yang kedua yaitu Harga Toko Arba Jaya memberikan harga yang pas dengan kualitas dan manfaat sehingga keloyalitasan pelanggan pada toko tersebut tetap terjaga. Yang ketiga yaitu citra toko , suatu citra yang baik pastinya akan menimbulkan suatu hubungan yang baik pula dengan hal itu kesan yang baik akan terekam di benak konsumen dan terjadi promosi mulut ke mulut.

2. Berdasarkan pengujian secara simultan atau bersama sama membuktikan bahwa terjadi pengaruh yang signifikan antara atmosfer toko, harga dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan toko Arba Jaya di pasar Wage Nganjuk.

V. DAFTAR PUSTAKA

Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*.Jakarta:Salemba empat

Berman, B. Dan Evans, Jr. (2008).*Retail Management: A Strategic Approach*(10th Ed). Prentice Hall.

Ghozali,Imam.2016.*Aplikasi Analisis Multivariete dengan program IMB SPSS 23*.Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro

Kotler,Philip.2015.*Priciples of marketing*.Jakarta:Erlangga

Rahmat.2013.*Statistika Penelitian*.Bandung:CV Pustaka Setia

Riduwan. 2014. *Dasar-dasar Statistika*.Bandung:Alfabeta

Suharsimi,Arikunto.2013.*Prosedur Penelitian*.Jakarta:Rineka Cipta

Sunyoto,Danang.2013.*Metodologi dan Instrumen Penelitian*.Yogyakarta:CAPS

Tjiptono,Fandy 2014,*Service,quality & Satisfaction*.Yogyakarta:Andi Offset

Utami ,Cristina.2014.*Manajerial ritel*.Jakarta:Salemba Empat