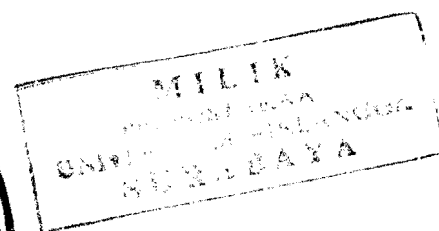


HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT SUPERMARKET SANRIO MOJOKERTO
DENGAN LOYALITAS KONSUMEN

SKRIPSI



OLEH :

VANDA ROSSDIANA

NIM : 119610139

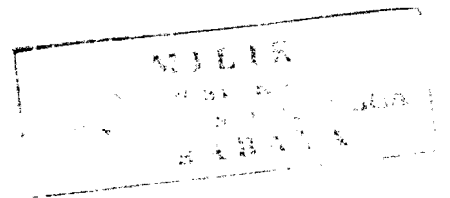
**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2000

HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT SUPERMARKET SANRIO MOJOKERTO
DENGAN LOYALITAS KONSUMEN

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Pada
Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya**



OLEH :

VANDA ROSSDIANA

NIM : 119610139

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

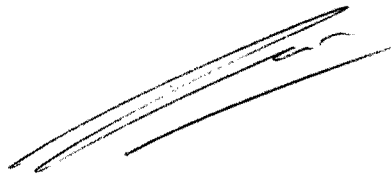
2000

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan siap diujikan

Surabaya, 28 Juli 2000

Pembimbing



Drs. Fendy Suhariadi, M.Sc.
NIP. 131 878 364

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT SUPERMARKET SANRIO MOJOKERTO
DENGAN LOYALITAS KONSUMEN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

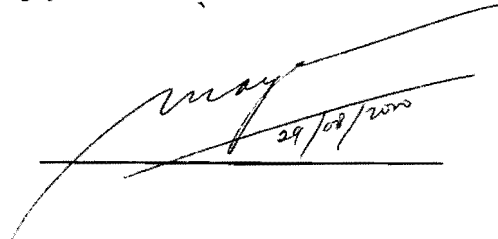
Vanda Rossdiana

11961039

telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 16 Agustus 2000

Susunan Dewan Penguji

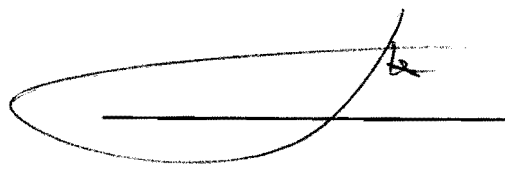
Drs. CH. Ino Yuwono, MA.
NIP. 131 286 761



Drs. Fendy Suhariadi, M.Sc.
NIP. 131 878 364



Drs. Suryanto, M.Si.
NIP. 131 999 640



ABSTRAKSI

VANDA ROSSDIANA, 119610139, TAHUN 2000, FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA, HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN TERHADAP ATRIBUT-ATRIBUT SUPERMARKET SANRIO MOJOKERTO DENGAN LOYALITAS KONSUMEN, SKRIPSI.

Penelitian ini bertujuan menguji secara metodologis dan empiris hubungan antara kepuasan terhadap atribut-atribut Supermarket SANRIO Mojokerto dengan loyalitas konsumen untuk mendapatkan gambaran kasar mengenai hubungan keduanya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas yaitu tingkat kepuasan terhadap atribut-atribut Supermarket SANRIO Mojokerto (X) dan satu variabel terikat yaitu tingkat loyalitas konsumen (Y). Penelitian ini berusaha melihat hubungan antar variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis kerja (H_a) yang telah dirumuskan sebelumnya sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini termasuk dalam tipe penelitian penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory research*).

Penelitian dilakukan pada konsumen Supermarket SANRIO Mojokerto dengan teknik pengambilan sampel secara *purposive sampling* yang dikombinasikan dengan *quota sampling*. Adapun karakteristik-karakteristik sampel yang diambil dari populasi yang dijadikan penelitian adalah semua subyek (baik pria maupun wanita) yang menjadi konsumen Supermarket SANRIO, konsumen sudah pernah melakukan pembelian minimal dua kali dalam dua bulan terakhir di SANRIO, konsumen telah berusia 18 tahun atau lebih dengan pendidikan minimal SMU atau sederajat, konsumen harus mempunyai peran sebagai *decider* ketika berkunjung atau berbelanja di supermarket. Jumlah reponden yang terjaring sebanyak 100 namun yang layak dianalisis sebanyak 95 responden.

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Berdasarkan uji validitas dengan taraf signifikansi 0,05 maka diperoleh 5 aitem yang gugur dari 50 aitem pada angket tingkat kepuasan terhadap atribut-atribut Supermarket SANRIO Mojokerto dan 1 aitem gugur dari 52 aitem pada angket tingkat loyalitas konsumen. Dengan menggunakan teknik analisis dari Hoyt, angket tingkat kepuasan terhadap atribut-atribut Supermarket SANRIO Mojokerto dan angket tingkat loyalitas konsumen masing-masing memiliki koefisien reliabilitas (r_{tt}) sebesar 0,896 dan 0,928 dengan $p < 0,000$. Dengan demikian, kedua angket tersebut dinyatakan andal.

Teknik analisis data menggunakan Korelasi Product Moment dari Pearson dengan uji $p-1$ ekor, dimana diperoleh nilai korelasi (r) sebesar 0,690 dan $p < 0,001$ yang menunjukkan hasil yang sangat signifikan. Dengan demikian, hipotesis kerja penelitian (H_a) yang menyatakan "Kepuasan terhadap atribut-atribut yang dimiliki Supermarket SANRIO, yang terdiri dari fasilitas fisik, barang dagangan yang ditawarkan, harga barang, promosi yang dilakukan, serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen, secara bersama-sama mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas konsumen" diterima dan sebaliknya H_o ditolak.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam usaha memperoleh pemahaman, mengembangkan teori, dan menguji secara metodologis mengenai hubungan antara kepuasan terhadap atribut-atribut supermarket dengan loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan gambaran umum atau kasar dan umpan balik kepada pihak manajemen Supermarket SANRIO mengenai hubungan antara tingkat kepuasan terhadap atribut-atribut yang dimiliki Supermarket SANRIO, yang terdiri dari fasilitas fisik, barang dagangan yang ditawarkan, harga barang, promosi, serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen, secara bersama-sama dengan tingkat loyalitas konsumen. Hal ini dapat dijadikan landasan dalam menerapkan *offensive* dan *defensive strategy*.