

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah mengizinkan penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Industri Pasar Ritel Modern”**.

Skripsi ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis pada program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Sekolah Manajemen Telekomunikasi dan Media di Institut Manajemen Telkom.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi banyak kesulitan. Namun, penulis mendapat banyak bimbingan, arahan, serta bantuan dari berbagai pihak, sehingga kesulitan itu dapat diatasi. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada saya untuk dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan semangatnya, baik secara materi maupun non materi.
3. Bapak Ir. AMA Suyanto, MBA., DBA selaku dosen pembimbing penulis, terima kasih atas bimbingan, nasihat, serta waktunya sehingga proposal skripsi ini dapat selesai dengan baik.
4. Ibu Elvira Azis, SE, MT selaku penguji 1 seminar proposal dan dosen metodologi penelitian, terima kasih atas arahan, masukan dan bantuannya.
5. Ibu Nurvita Trianasari, S.Si, M.Stat, selaku penguji 2 seminar proposal dalam penelitian ini, terima kasih atas semua bantuan dan dukungannya.

6. Bapak Osa Omar Sharif, S.Si, M.SM, selaku penguji 1 dalam sidang tugas akhir saya ini, terima kasih atas masukan, arahan, dan bantuannya.
7. Ibu Yuhana Astuti S.Si, SE, MT, M.Agr, selaku penguji 2 dalam sidang tugas akhir saya ini, terima kasih atas motivasi dan masukannya.
8. Seluruh responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini.
9. Johan Willy, terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan kepada penulis.
10. Sahabat-sahabat saya Ira Febrina, Fitri Rahayu Pasaribu, Nurul Azizah, Agung Dwi Hutomo dan Khalid Ansarulloh, terima kasih atas semua nasihat dan dukungannya.
11. Teman-teman kosan Dila, Tiwi, Atia, Bunga, Diyah, Ganjar, bang hendrik, terima kasih atas semua bantuan dan dukungannya.
12. Teman-teman seperjuangan, Diani Kemalasari, teh Nadya, Nisa Rahmawati, dan teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya kepada penulis.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini belum sempurna, baik dari segi penulisan, isi, maupun penyajian. Penulis sangat mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Penulis sangat berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Amin.

Bandung, Februari 2013,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKU PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	16
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	16
2.1.2 Bauran Penjualan Eceran (<i>Retailing Mix</i>).....	17

2.1.3 <i>Service</i> (Layanan).....	21
2.1.4 Karakteristik Layanan.....	23
2.1.5 Dimensi Kualitas Layanan	25
2.1.6 Model Mengukur Kualitas Layanan	27
2.1.7 Lokasi.....	33
2.1.8 Beberapa Hal yang Diperhatikan Dalam Memilih Lokasi.....	33
2.1.9 Keputusan Pembelian	37
2.1.10 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	38
2.2 Lingkup Penelitian	41
2.2.1 Penelitian Terdahulu	41
2.3 Kerangka Pemikiran.....	50
2.4 Hipotesis Penelitian.....	53
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	53

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendahuluan.....	54
3.2 Jenis Penelitian	54
3.3 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	56
3.3.1 Operasionalisasi Variabel	58
3.3.2 Skala Pengukuran	63
3.4 Tahapan Penelitian.....	65
3.5 Populasi dan Sampel	65
3.5.1 Populasi Penelitian	65

3.5.2	Sampel Penelitian	67
3.5.3	Teknik Sampling	72
3.6	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	74
3.6.1	Sumber Data.....	74
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	76
3.7.1	Uji Validitas	76
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	82
3.8	Teknik Analisis Data.....	84
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	84
3.8.2	<i>Scoring</i> (Skoring)	86
3.8.3	Structural Equation Modelling (SEM).....	87
3.8.4	Model-model dalam SEM.....	89
3.8.5	Asumsi dalam SEM	89
3.8.6	Tahapan dalam Prosedur SEM.....	91
3.8.7	Pengujian Hipotesis	102

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	103
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	103
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	104
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	105

4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	106
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	108
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	109
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Belanja	110
4.1.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Industri Ritel.....	111
4.2	Hasil Penelitian.....	112
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif	112
4.2.2	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	136
a.	Uji Normalitas Data.....	137
b.	Uji Validitas	138
c.	Uji Reliabilitas.....	147
d.	Uji Kecocokan Model Struktural.....	149
e.	Efek Langsung.....	152
f.	Pengujian Hipotesis Penelitian	153
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	154
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	157
5.2	Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA		159
LAMPIRAN.....		164

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Literatur Penelitian Terdahulu (Skripsi)	44
Tabel 2.2	Literatur Penelitian Terdahulu (Jurnal Nasional)	46
Tabel 2.3	Literatur Penelitian Terdahulu (Jurnal Internasional)	49
Tabel 3.1	Operasional Variabel	59
Tabel 3.2	Populasi Penduduk Wilayah Jakarta, Bandung, Medan, Surabaya, Makassar, dan Denpasar	67
Tabel 3.3	Persentase Jumlah Penduduk Wilayah Jakarta, Bandung, Medan, Surabaya, Makassar, dan Denpasar	69
Tabel 3.4	Pedoman Jumlah Sampel CB-SEM	71
Tabel 3.5	Sampel Penduduk yang Melakukan Keputusan Pembelian pada Industri Pasar Retail Modern	73
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas (Kualitas Layanan)	78
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas (Lokasi)	80
Tabel 3.9	Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 3.10	Kriteria Persentase	86
Tabel 3.11	Perbandingan Ukuran Goodness of Fit	99
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Tangible</i>	112
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Empathy</i>	113
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Responsiveness</i>	115
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Reliability</i>	116
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Assurance</i>	117
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Akses	119

Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Visibilitas	120
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Lalu Lintas.....	121
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Tempat Parkir ..	123
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Ekspansi	124
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Lingkungan.....	125
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Kompetisi	127
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Pilihan Produk .	128
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Pilihan Merek ..	129
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Pil. Penyalur	131
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Jml Pembelian .	132
Tabel 4.17	Tangg. Responden Terhadap Sub Variabel Waktu Pembelian ...	133
Tabel 4.18	Tangg. Resp. Terhadap Sub Variabel Metode Pembayaran	135
Tabel 4.19	Hasil Uji Normalitas	137
Tabel 4.20	Estimasi Parameter Variabel Kualitas Layanan (SLF).....	139
Tabel 4.21	Estimasi Parameter Variabel Kualitas Layanan t-value	140
Tabel 4.22	Estimasi Parameter Variabel Kualitas Lokasi.....	142
Tabel 4.23	Estimasi Parameter Variabel Kualitas Lokasi t-value	144
Tabel 4.24	Estimasi Parameter Variabel Kualitas Pembelian (SLF).....	145
Tabel 4.25	Estimasi Parameter Variabel Kualitas Pembelian t-value	147
Tabel 4.26	Goodness of Fit Hasil Penelitian	151
Tabel 4.27	Efek Langsung Variabel Laten.....	153
Tabel 4.28	Estimasi Parameter Variabel Kualitas Layanan	154

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Persentase Penduduk yang Berbelanja di Ritel Modern untuk Kebutuhan Sehari-hari Tahun 2011,2012	2
Gambar 1.2	Indeks Penjualan Rill Industri Ritel Modern Januari 2011-Juni 2012.....	3
Gambar 1.3	Pertumbuhan Omset Ritel Modern Nasional Thn 2005-2012	4
Gambar 1.4	Jumlah Toko Ritel Modern di Indonesia Tahun 2004-2010	4
Gambar 1.5	Distribusi Jumlah Toko Ritel Modern Tahun 2011	5
Gambar 2.1	Bauran Pemasaran Eceran (Retailing Mix)	18
Gambar 2.2	Model Konseptual Serviquial	28
Gambar 2.3	Dimensi Kualitas Layanan.....	32
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran.....	52
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	65
Gambar 3.2	Kriteria Interpretasi Skor.....	87
Gambar 4.3	Structural Equational Model.....	94
Gambar 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	104
Gambar 4.2	Responden Berdasarkan Usia	105
Gambar 4.3	Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	106
Gambar 4.4	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	107
Gambar 4.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan	108
Gambar 4.6	Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	109

Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Rata-rata Belanja Pada Industri Pasar Ritel Modern.....	110
Gambar 4.8 Responden Berdasarkan Jenis Industri Ritel Tempat Melakukan Pembelian/Belanja	111
Gambar 4.9 Garis Kontinum Tangible	113
Gambar 4.10 Garis Kontinum Empathy	114
Gambar 4.11 Garis Kontinum Responsiveness	116
Gambar 4.12 Garis Kontinum Reliability	117
Gambar 4.13 Garis Kontinum Assurance	118
Gambar 4.14 Garis Kontinum Akses.....	120
Gambar 4.15 Garis Kontinum Visibilitas	121
Gambar 4.16 Garis Kontinum Lalu lintas	122
Gambar 4.17 Garis Kontinum Tempat Parkir	124
Gambar 4.18 Garis Kontinum Ekspansi	125
Gambar 4.19 Garis Kontinum Lingkungan.....	126
Gambar 4.20 Garis Kontinum Kompetisi	128
Gambar 4.21 Garis Kontinum Pilihan Produk	129
Gambar 4.22 Garis Kontinum Pilihan Merek	130
Gambar 4.23 Garis Kontinum Pilihan Peyalur.....	132
Gambar 4.24 Garis Kontinum Jumlah Pembelian	133
Gambar 4.25 Garis Kontinum Waktu Pembelian.....	134
Gambar 4.26 Garis Kontinum Metode Pembayaran.....	136

Gambar 4.27	Daigram Path Variabel Kaulitas Layanan dengan Nilai Estimasi Standar	138
Gambar 4.28	Diagram Path Variabel Kualitas Layanan untuk T-value	140
Gambar 4.29	Diagram Path Variabel Lokasi Untuk Nilai Standardized ...	141
Gambar 4.30	Diagram Path Variabel Lokasi untuk T-value.....	143
Gambar 4.31	Diagram Path Variabel Keputusan Pembelian untuk Nilai Standardized.....	144
Gambar 4.32	Diagram Path Variabel Keputusan Pembelian untuk T-value.....	146
Gambar 4.33	Full Path Diagram atau Hybrit Model Modifikasi	151

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Kuesioner.....	164
Lampiran II	: Hasil Olah Data.....	173