

ABSTRAKSI

Judul : Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Berbelanja di Hypermart Javamall Semarang
Penyusun : Nugraha Andriawan Sukamdani
NIM : D2D604223
Jurusan/Program Studi : FISIP/ Administrasi Bisnis

Pesatnya pertumbuhan pasar ritel nasional saat ini tak lepas dari perkembangan demografi, pertumbuhan ekonomi, perkembangan sosial budaya, kemajuan teknologi, globalisasi, infrastruktur, hukum dan peraturan, sehingga persaingan untuk mendapatkan dan mempertahankan pangsa pasar antar peritel tak dapat terelakan lagi dan berlangsung sangat ketat. Salah satu cara untuk mendapatkan dan mempertahankan pangsa pasar adalah peritel harus mampu membuat konsumennya menjadi loyal. Loyalitas konsumen akan tercapai apabila peritel berada pada lokasi yang strategis, memiliki assortment produk yang lengkap, harga produk yang ditawarkan lebih murah, promosi yang menarik, pelayanan yang memuaskan dan atmosfer yang nyaman.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh terhadap faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen berbelanja di Hypermart Javamall Semarang. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah jumlah produk Hypermart Javamall cenderung lebih sedikit dibanding pesaingnya Carrefour DP Mall, Semarang.

Penelitian ini adalah *explanatory research* yang menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel penelitian. Populasinya adalah sejumlah konsumen yang melakukan aktivitas perbelanjaan di Hypermart Javamall. Jumlah sampel untuk populasi yang tidak diketahui dalam penelitian ini adalah 100 orang. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *sampling aksidental*, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan, wawancara dan observasi. Uji kuesioner menggunakan uji validitas, dan reliabilitas, dan uji hipotesis menggunakan uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang negatif antara lokasi terhadap loyalitas konsumen yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 13,140 - 0,299 X_1$ dan lokasi memberikan kontribusi sebesar 22%. *Assortment* produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 5,907 + 0,573 X_2$ dan *assortment* produk memberikan kontribusi 49%. Harga produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 5,853 + 0,525 X_3$ dan harga produk memberikan kontribusi sebesar 47,4%. Promosi secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 7,535 + 0,330 X_4$ dan promosi memberikan kontribusi sebesar 27,8%. Pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 4,772 + 0,451 X_5$ dan pelayanan memberikan kontribusi sebesar 70,1%. Atmosfer secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 3,440 + 0,813 X_6$ dan atmosfer memberikan kontribusi sebesar 71,1%. Secara signifikan ternyata lokasi, assortment produk, harga produk, promosi, pelayanan dan atmosfer secara bersama – sama berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen berbelanja di Hypermart Javamall. Hal ini ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 3,055 - 0,399X_1 + 0,206X_2 + 0,205X_3 + 0,180X_4 + 0,200X_5 + 0,371 X_6$ dan memberikan kontribusi sebesar 85,4%

Peningkatan loyalitas konsumen pada Hypermart Javamall yang perlu dilakukan oleh pihak manajemen Hypermart adalah dengan cara mempermudah akses masuk dengan memberikan masukkan kepada pengelola Javamall agar bekerjasama dengan polantas, memperbanyak item pilihan pada setiap kategori produk, menerapkan harga yang lebih murah pada produk yang bermerk value plus, pemberian hadiah secara langsung, meningkatkan kapasitas tempat parkir dan perlunya pengaturan suhu yang pas.