

**PENGARUH EMOSI POSITIF TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN DAN DAYA
TARIK PENGECEK PADA LOTTE MART
KELAPA GADING JAKARTA UTARA**

Oleh:

Nama: **JESSICA**

NIM: **24110103**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA
AGUSTUS 2015

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH EMOSI POSITIF TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN DAN DAYA TARIK PENGECEK PADA LOTTE MART KELAPA GADING JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh

Nama: JESSICA

NIM: 24110103

Jakarta, 20 Agustus 2015

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Ir. Dergibson Siagian, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2015



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Jessica / 24110103 / 2015 / Pengaruh Emosi Positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan dan Daya Tarik Pengecer pada Lotte Mart Kelapa Gading Jakarta Utara / Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Fenomena menjamurnya gerai ritel di Indonesia sudah tidak mengherankan lagi. Menjamurnya gerai ritel di Indonesia disebabkan pentingnya pemenuhan kebutuhan hidup untuk sehari-hari dan disebabkan juga adanya pergeseran kebiasaan belanja masyarakat dari pasar tradisional ke pasar modern. Fenomena ini dimanfaatkan oleh Lotte Mart untuk turut bersaing dengan gerai ritel lain di Indonesia. Lotte Mart mengalami pertumbuhan yang pesat hingga saat ini meskipun tidak dapat dipungkiri adanya persaingan dengan gerai ritel lain. Untuk bertahan dalam persaingan yang ada, dibutuhkan strategi pemasaran salah satunya dengan menciptakan emosi positif yang akan menimbulkan kesan menarik kepada konsumen, mempengaruhi kepuasan konsumen hingga berujung pada loyalitas terhadap pengecer. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh Emosi Positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan dan Daya Tarik Pengecer pada Lotte Mart Kelapa Gading Jakarta Utara.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari emosi positif, kepuasan pelanggan terhadap pengecer, daya tarik pengecer, dan loyalitas pelanggan beserta dengan indikator-indikatornya. Kemudian didukung teori mengenai hubungan antara emosi positif dengan kepuasan pelanggan, emosi positif dengan daya tarik pengecer, kepuasan pelanggan dengan daya tarik pengecer, kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan, daya tarik pengecer dengan loyalitas pelanggan, dan emosi positif dengan loyalitas pelanggan.

Obyek dari penelitian ini adalah Lotte Mart Kelapa Gading Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data dan untuk penarikan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan WarpPLS 4.0.

Output yang dihasilkan WarpPLS 4.0 menunjukkan bahwa emosi positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, emosi positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik pengecer baik langsung maupun melalui kepuasan pelanggan terhadap pengecer, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik pengecer, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan baik langsung maupun melalui daya tarik pengecer, daya tarik pengecer berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dan emosi positif berpengaruh positif secara tidak langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan terhadap pengecer maupun daya tarik pengecer.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan baik yang secara langsung maupun yang secara tidak langsung.



Miranti, Marda, Indri, Reiner, Stephen, Cynthia, dan Christie, dan masih banyak lagi teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

6. Papa rohani peneliti, Yefta Riyanto; ibu mentor peneliti, Devita Alverina; dan anak-anak mentor peneliti, Noviana Halim dan Jacqueline Vania, yang telah memberikan dukungan yang begitu besar kepada peneliti selama ini. Tidak lupa terima kasih Raiza Family yang selalu memberi dukungan dan doa kepada peneliti.

7. Cici dan adik tersayang di PD Maleakhi, Michelle Saputra, Femmy, Christine Mutiara, Aneen Sugiharto, Melki Sidi, Violina Natali, Lisa Liaw, Diana Din, Lala, dan Yemima Manurung yang selalu memberikan semangat kepada peneliti.

8. Keluarga dari kepengurusan PD Maleakhi, tim GOD'S DNA dan THE CHOSEN, Vincent Valeriant Chandra, Kevin Salim, Sonia Olivia, Christine Mutiara, Michelle Saputra, Hery, Miranti, Poulline, Inggried, Kwik Felicia, Rezza Loretta, Kevin Chandra, Kim, Kelly Monica, dan Pingkan. Terima kasih atas setiap dukungan, doa, dan keceriaan yang ada.

9. Keluarga besar UKM PD Maleakhi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

10. Semua pihak lain yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan memiliki kekurangan, namun peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pihak yang membacanya.

Jakarta, Agustus 2015

Jessica

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Batasan Penelitian	8
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teoritis	10
1. Loyalitas Pelanggan	10
2. Daya Tarik Pengecer	15
3. Kepuasan Pelanggan terhadap Pengecer	17
4. Emosi Positif	25
B. Penelitian Terdahulu	29





C. Kerangka Pemikiran	31
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Obyek Penelitian	35
B. Desain Penelitian	35
C. Variabel Penelitian	38
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Teknik Pengambilan Sampel	42
F. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	52
B. Analisis Deskriptif	54
1. Uji <i>Non Response-Bias</i>	55
2. Uji Validitas	56
3. Uji Reliabilitas	58
4. Profil Responden	58
5. Analisis Variabel-variabel	60
6. Penilaian Model <i>Fit</i>	65
7. Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis	66
C. Hasil Penelitian	69
D. Pembahasan	71

Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 76

A. Kesimpulan..... 76

B. Saran..... 77

DAFTAR PUSTAKA 79

LAMPIRAN 82

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

© Hak Milik Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Tabel 2.1	<i>The Role of Retailer Interest on Shopping Behavior</i>	29
Tabel 2.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.....	29
Tabel 2.3	Pengaruh <i>Perceived Quality, Perceived Value, Brand Preference, Consumer Satisfaction</i> , dan <i>Consumer Loyalty</i> pada <i>Repurchase Intention</i>	30
Tabel 3.1	Butir Pernyataan Loyalitas Pelanggan.....	39
Tabel 3.2	Butir Pernyataan Daya Tarik Pengecer	39
Tabel 3.3	Butir Pernyataan Kepuasan Pelanggan.....	40
Tabel 3.4	Butir Pernyataan Emosi Positif	40
Tabel 4.1	Hasil Uji <i>Non Response-Bias</i>	55
Tabel 4.2	Pengujian Validitas Variabel Daya Tarik Pengecer	56
Tabel 4.3	Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 4.4	Pengujian Validitas Variabel Emosi Positif	57
Tabel 4.5	Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	57
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.7	Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.8	Presentase Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.9	Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4.10	Presentase Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja	60
Tabel 4.11	Skor Rata-rata Daya Tarik Pengecer	61
Tabel 4.12	Skor Rata-rata Kepuasan Pelanggan	62

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.13 Skor Rata-rata Emosi Positif	63
Tabel 4.14 Skor Rata-rata Loyalitas Pelanggan	64
Tabel 4.15 Hasil Evaluasi Model Struktural	65
Tabel 4.16 Pengaruh Langsung Antar Variabel	67
Tabel 4.17 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel	68
Tabel 4.18 Pengaruh Total Antar Variabel.....	68

Hak Cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Omzet Ritel Modern Indonesia	3
Gambar 2.1	Proses Pengembangan Pelanggan.....	15
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1	Logo Lotte Mart.....	52
Gambar 4.2	Lotte Mart Kelapa Gading	53
Gambar 4.3	Pengujian Normalitas Multivariat Data.....	54
Gambar 4.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	67

© Hak Cipta dimiliki oleh **IBIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.