



***PRODUCT PRIVATE LABELS BRANDS* SEBAGAI ALTERNATIF
MERAH LOYALITAS KONSUMEN PADA PERUSAHAAN RITEL
(Studi pada *consumer brand* Indomaret Bondowoso)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**Lutfiyatul Hasan
NIM. 141.0411.253**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER**

2018

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: *PRODUCT PRIVATE LABELS BRANDS* SEBAGAI ALTERNATIF MERAIH LOYALITAS KONSUMEN PADA PERUSAHAAN RITEL (studi pada *consumer brand* Indomaret Bondowoso) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada

Hari : Senin

Tanggal : 11 Juni 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Drs Muhammad Naely Azhad, M.Si

196612311993031006

Anggota 1,

Anggota 2,

Bayu Wijayanti, SE, MM

10 09 061

Drs Hisyam Zaini

8503124

Mengesahkan,

Dekan,

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, Msi

NPK 01 09 289

Drs. Anwar, Msc

NPK 85 03 125

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ *Product Private Labels Brands* Sebagai Alternatif Meraih Loyalitas Konsumen Pada Perusahaan Ritel (Studi *Consumer Brands* Indomaret Bondowoso)”

Peneliti merasa bahwa dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. M. Hazmi, DESS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, Msi , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Bapak Drs. Anwar, Msc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
4. Ibu Bayu Wijyantini, SE.MM selaku pembimbing I dan bapak Drs Hisyam Zaini selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi pengarahan perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini serta memberikan saran dan petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
6. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa dan semangat.
7. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember 2014.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi penelitian ini. Akhir kata peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran. Semoga Allah SWT tetap memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Amin.

Jember, April 2018

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan teori	9
2.1.1 Definisi Pemasaran	9
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.1.2 Bauran Pemasaran	10
2.1.2 Loyalias Konsumen	12
2.1.2.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	13
2.1.2.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen	13
2.1.2.3 Tingkatan Loyalitas	13
2.1.3 Product Private Label Brands	14
2.1.4 Pengertian Produk	15
2.1.4.1 Tingkatan Produk	15
2.1.4.2 Klasifikasi Produk	16
2.1.5 Harga	18
2.1.5.1 Penetapan Harga	19
2.1.5.2 Diskon dan Potongan Harga	19
2.1.6 Promosi	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual	23

2.4 Hipotesis Penelitian	24
2.4.1 Pengaruh produk terhadap Loyalitas konsumen Indomaret	24
2.4.2 Pengaruh harga terhadap Loyalitas konsumen Indomaret	24
2.4.3 Pengaruh promosi terhadap Loyalitas konsumen Indomaret	25
2.4.4 Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen Indomaret	25
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Identifikasi Variabel	27
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.2.1 Variabel Independen	27
3.2.2 Variabel Dependen.....	28
3.3 Desain Penelitian	29
3.4 Jenis Data	29
3.4.1 Data Primer	29
3.4.2 Data Sekunder	29
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan sampel	30
3.5.1 Populasi	30
3.5.2 Sampel	30
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6.1 Kuesioner	31
3.6.2 Wawancara	31
3.7 Teknik Analisis Data	32
3.7.1 Statistic deskriptif	33
3.7.2 Uji Instrumen Data	33
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.5 Uji Hipotesis	36
3.7.6 Uji Determinasi	37

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Indomaret	39
4.1.1 Indomaret di Indonesia	39
4.1.1 Indomaret Bondowoso	40
4.1.2 Visi, Misi dan Budaya Indomaret	41
4.1.3 Struktur Organisasi	42
4.1.4 Job Discription	43
4.2 Statistik Analisis Data	46
4.2.1 Deskriptif Statistik Responden	46
4.2.1.1 Jenis Kelamin	46
4.2.1.2 Usia	46
4.2.1.3 Pekerjaan	47
4.2.2 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden	48
4.2.2.1 Produk	48
4.2.2.2 Harga	50
4.2.2.3 Promosi	53
4.2.2.4 Loyalitas Konsumen	54
4.2.3 Uji Instrumen Data	56
4.2.3.1 Pengujian Validitas	56
4.2.3.2 Pengujian Reliabilitas Data	56
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	56
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	58
4.2.5.1 Pengujian Multikolinearitas	58
4.2.5.2 Pengujian Heteroskedastisitas	58
4.2.5.3 Pengujian Normalitas	60
4.2.6 Uji Hopotesis	61
4.3.4.1 Uji T	61
4.3.4.2 Uji F	62
4.2.7 Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.3 Pembahasan	64

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71
5.2.1 Bagi Perusahaan	71
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	71
 DAFTAR PUSTAKA	 72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kategori <i>product private labels brands</i> di Indomaret	3
Tabel 1.2	Jumlah Gerai Indomaret di kota Bondowoso	5
Tabel 1.3	Data rata-rata penjualan Produk Label per bulan	6
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan kelamin	46
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis usia	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan responden	48
Tabel 4.4	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap produk	48
Tabel 4.5	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap harga	50
Tabel 4.6	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap promosi	51
Tabel 4.7	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas konsumen	53
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas	55
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Reliabilitas	56
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.12	Hasil Uji T	61
Tabel 4.13	Hasil Uji F	62
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	42
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2 Identitas Responden
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Rekapitulasi Kuesioner Frekuensi
- Lampiran 5 Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 9 Tabel R Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi T
- Lampiran 10 Dokumentasi



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (edisi. Revivi) Rineka Cipta: Jakarta
- Bell, Dick, Richard Cuthertason and Satu Koskinen., 2000 “*Customer Loyalty and Private Label Products*”, www.kpmg.com
- Branmantyo, Thulus. 2012. *Persepsi Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen pada Minuman Bersoda Coca-cola di Perumahan Josroyo Jaten Karanganyar*. Jurnal. Surakarta
- Cannon, Joseph P.et al. 2009. *Pemasaran Dasar*. Edisi 16. Salemba Empat, Jakarta.
- Corstjens, Marcel, and Rajiv Lal.2000 “*Building Store Loyalty Through Store Brand,*” Journal of Marketing Reseach, Agustus: 281-291
- Fadli, Khairul. 2015. *Pengaruh Persepsi Harga dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Product Private Labels Indomaret*. Jurnal. Lampung
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, Tesis dan Disertasil Ilmu Manajemen: Badan penerbit Univertitas Diponegoro*. Semarang
- Ghozali, Imam. 2013. “*Aplikasi Analisis Mulifariate dengan program SPSS*” Badan penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin, Jil. 2002. *Customer Loyalty “Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan”*. Erlangga. Jakarta
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Media Utama: Yogyakarta
- Kotler, Philip. 1997:52. *Manajemen Pemasaran*. Ediai Bahasa Indonesia. Jilid 2. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997:107-108. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 2. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip – prinsip pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong .2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2 Edisi Kedelapan.

- _____. 2008. *Prinsip –prinsip Pemasaran* . Edisi kedua belas, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 Jilid 2. Jakarta
- Kotler, P dan Amstrong, Gery. 2010. *Marketing an Introduction*. Perintice Hall, New Jarsey
- Lubis, Arlina Nurbiaty. 2004. *Peranan saluran distribusi dalam pemasaran produk dan jasa*. Jurnal Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sumatera Utara.
- M Fuad, dkk. 2001. *Pengantar bisnis*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Maholtra, Naresh, K. 2003. *Maketing Research An Applied Prientation*. Prentice Hall, London.
- Purba, Johannes S. 2012. *Analisis Pengaruh Persepsi Nilai Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Private Label Hypermarket Carrefour di Kota Semarang*. Niversitas Diponegoro, Semarang.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brands:Teknik mengelola brands equity dan strategi pengembangan merek*. Gramedia. Jakarta..
- Saputra, Try Gandi. 2016. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Placement Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Private Label Indomaret di Tembalang*. Jurnal. Semarang
- Selang, Christian A.D. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal. Manado
- Simmamora, Bilson. 2001. *Memengkan pasar dan pemasaran Efektif dan Profabel*. Gramedia Pusaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 1997. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta
- _____.2012. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Swasta, Basu dan Handoko. 2010. *Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi, 2008 “*Strategi Pemasaran*” . Yogyakarta.

Widiana, ME dan Sinaga Bonar. 2010. *Dasar – dasar pemasaran*. Karya
Putra Damarwati: Bandung

www.indomaret.co.id

